# Rapport Final Campagne

# «PARENTALITE POSITIVE»

23 Janvier 2023

unicef
pour chaque enfant

Gavi
The Vaccine Alliance

BILL & MELINDA GATES foundation

MSP/P/AS

# Contexte et Justification

Les premiers moments de la vie offrent une chance unique de développer le cerveau des jeunes enfants, qui construiront l'avenir. Cette occasion est néanmoins beaucoup trop souvent manquée. Pour les États, négliger d'investir dans la petite enfance a un prix, à savoir des enfants en mauvaise santé et moins aptes à apprendre, avec une capacité de gain réduite. Cela signifie également une économie affaiblie et une charge plus importante pour les systèmes éducatif, de santé et de protection sociale. Cela signifie aussi des cycles intergénérationnels de précarité, qui entravent une croissance et une prospérité équitables. Pour les enfants, en particulier les enfants défavorisés, le prix de cet échec est un potentiel à jamais inexploité.

Les conclusions des recherches scientifiques sont claires : le cerveau de l'enfant se construit petit à petit ; il n'est pas acquis dès la naissance. Ce processus débute avant la naissance et repose sur l'interaction complexe de connexions neuronales qui s'établissent en fonction des expériences vécues et de l'environnement. Durant les premières années de vie, ces connexions neuronales s'effectuent à une vitesse fulgurante, qui ne sera jamais plus.

# Contexte et Justification

*Les parents et les soignants sont les principaux architectes du développement de la petite enfance. Comme personne d'autre, ils façonnent les expériences qui construisent le cerveau de leurs enfants et les mettent sur la voie d'un développement sain. Tout cela n’est possible que si les enfants sont vaccinés, et les parents ont un grand rôle à jouer.*

*Grâce aux initiatives de vaccination dans le monde, les enfants peuvent marcher, jouer, danser et apprendre. Les enfants vaccinés réussissent mieux à l'école, ce qui génère des avantages économiques qui ont un impact sur leurs communautés. Ils agissent comme un bouclier, qui protège les familles et les communautés. Malgré ces avantages reconnus depuis longtemps, les taux de vaccination demeurent faibles.*

*Pour sensibiliser les jeunes parents sur l’importance de la vaccination et les engager dans la promotion de la vaccination de routine aux enfants de 0 à 59 mois, les Agences Touch Pulse, Regard Créatif et Zumunci Labs lancent conjointement la campagne « Parentalité Positive ».*

*La parentalité qu'elle soit assumée par une mère, un père, un grand-parent, un frère ou une autre parente, ou un autre adulte - consiste à fournir des soins attentifs tout au long de l'enfance, à préparer les enfants à vivre en société, à nouer des relations, à apprendre, à travailler et à s'épanouir. Dans la petite enfance, la parentalité offre la possibilité de jeter les bases d'une réussite tout au long de la vie.*

# OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

## OBJECTIF GÉNÉRAL

Promouvoir les Pratiques Parentales Positives en matière du développement des nouveau-nés.

## OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- Améliorer les connaissances sur la vaccination de routine aux enfants de 0 à 5 ans
- Sensibiliser les parents sur l'importance de la vaccination contre la polio
- Offrir aux parents les compétences requises pour devenir des parents modèles
- Promouvoir des profils de parents modèles
- Atteindre 5 millions de personnes sur toute la durée de la campagne

# RÉSULTATS ATTENDUS

- *Connaissance partagées sur les vaccinations des enfants de 0-5ans*
- *Sensibilisation des parents sur les vaccinations de routine faite sur le polio*
- *Compétences partagées aux parents afin de devenir des parents modèle*
- *Communication relayées à travers des parents via les profils des parents modèles effectuée*

# STRATÉGIE DÉPLOYÉE

Pour les besoins de la campagne, la stratégie déployée s'est basée sur la production et la diffusion de contenus avec l'aide de personnes issues de la communauté qui ont accepté de prendre part au projet, d'influenceurs digitaux et de membres du corps vaccinal.

# INFORMATIONS EN LIEN AVEC LA CAMPAGNE

Ce rapport vient clore douze (12) semaines de campagne digitale en faveur de la vaccination infantile.

## POUR LES BESOINS DE LA CAMPAGNE

- Cinq (5 ) réseaux sociaux ont été ciblés (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok et WhatsApp);
- Le GSM;
- Vingt (20) Influenceurs digitaux

## LES HASHTAGS UTILISÉS

- **«#Parentalité Positive»**
- **«#Karya»**
- **«#LesVaccinsCaMarche»**

## DURANT CETTE PÉRIODE

- cinq (5) portraits photo ont été partagés sur les réseaux cités plus haut;
- Cinq (5) portraits vidéo ont été diffusés sur les réseaux sociaux;
- Une (1) animation 2D a été diffusée sur les réseaux sociaux;
- Un (1) flash mob réalisée au marché de Dar Es Salam;
- Une (1) vidéo du flash mob diffusée sur les réseaux sociaux;
- 20.000 bulk SMS «Le Saviez-vous » diffusés par SMS;
- 20.000 bulk whatsapp des portraits vidéo partagés via whatsapp

# Informations en lien avec la campagne

| Action | Nombre Prévu | Nombre Réalisé | Commentaires |
|---|---|---|---|
| Enrôlement des influenceurs | 20 | 20 | 20 influenceurs mini et macro de chaque réseau ciblé ont accompagné la campagne |
| Production de portraits photo | 5 | 5 | |
| Production de portraits vidéo | 5 | 5 | |
| Production d'une animation 2D | 1 | 1 | |
| Réalisation d'1 flash-mob | 1 | 1 | L'activité a été réalisé au marché de légumes de DarEsSalam où toutes les classes sociales de la ville se côtoient |
| Diffusion de bulk SMS | 20.000 | 24.000 | Les SMS ont été envoyés en 5 vagues de 4.000 SMS. Le 1er SMS dépassant le nombre de caractères requis pour 1 message, il a été comptabilisé comme faisant 2 messages par la plateforme de diffusion.<br>Les SMS n'étant pas envoyés à une seule base de numéros, 20.000 personnes ont effectivement été touchées sur tout le territoire national. |
| Diffusion de bulk whatsapp | 20.000 | 20.000 | Les messages n'étant pas envoyés à une seule base de numéros, 20.000 utilisateurs de WhatsApp ont effectivement été touchés sur tout le territoire national. |

# STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE

Comme toutes les campagnes, le but de la campagne digitale *« Parentalité Positive »* était de pouvoir toucher le maximum de personnes à travers les réseaux sociaux.
Le Niger a une population très jeune et cette population est celle qui utilise essentiellement les réseaux sociaux pour s'informer, s'éduquer, échanger et se distraire.
Utiliser ce canal était donc le meilleur moyen d'atteindre une population en âge, ou tendant vers, de procréer, de fonder une famille ou déjà à la tête d'une jeune famille.
Faire participer des influenceurs jeunes a permis de de permettre à la population cible de s'identifier à des gens de leur tranche d'âge, de leur communauté, leur environnement.

En 12 semaines de campagne, l'objectif global de **Cinq Millions (5.000.000) de personnes atteintes** a été largement dépassé avec :
**Une portée de 5.181.009 et des impressions de 6.981.921**

# STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE: DES CHIFFRES À RETENIR

Portée
**5 181 009**

Impressions
**6 581 921**

Interactions
**238 771**

Vues
**291 338**

J'aimes / Fav
**10 018**

Partages / RT
**6412**

Mentions
**1102**

Commentaires
**974**

# STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE: DES CHIFFRES À RETENIR

Le monitoring de la campagne a été fait grâce aux différents hashtags utilisés sur tous les réseaux sur lesquels elle a été menée. Le relevé des statistiques sur TikTok reste à ce jour impossible car la plateforme ne le permet toujours pas.

Cependant, nous avons pu intégrer le réseau LinkedIn dans les statistiques :

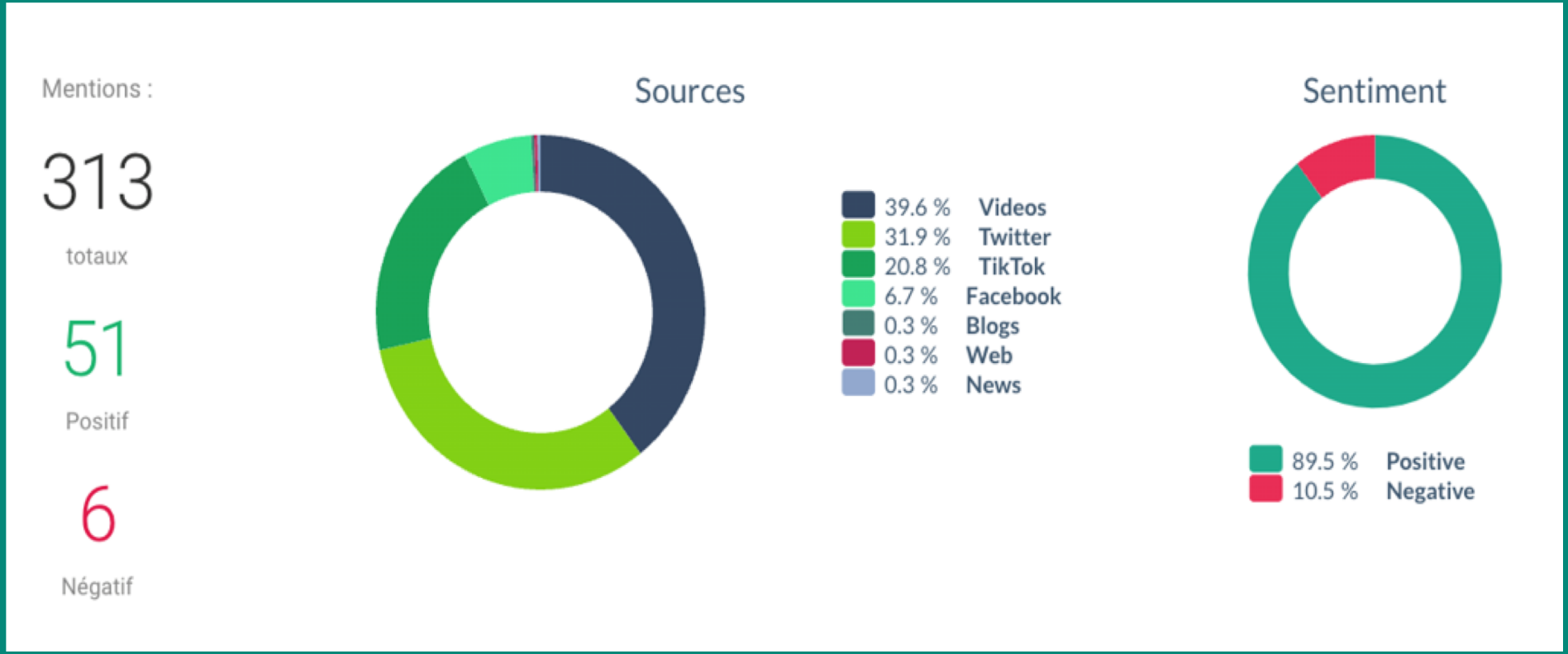
Portée
**5 181 009**

Impressions
**6 581 921**

| Réseau Social | Portée | Impressions |
|---|---|---|
| Facebook | 3 278 549 | 3 984 585 |
| Twitter | 1 254 868 | 1 358 200 |
| Instagram | 482 795 | 958 922 |
| LinkedIn | 164 797 | 280 214 |

# STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE: SENTIMENTS

Dans le monitoring de la campagne, nous avons pu également relever le sentiment global des différentes communautés cibles, sur toutes les plateformes utilisées, afin de mesurer la perception qu'elle a de la vaccination d'une façon plus ciblée et plus largement de la parentalité.
L'avis général est que cette campagne et la thématique abordée ont été favorablement accueillis (**89,5% de sentiment positif contre 10,5% de négatif et 51 mentions positives contre 6 mentions négatives).**



# STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE: MOTS DE LA CAMPAGNE

Les commentaires ci-dessous relevés encore appelés « commentaires pertinents » permettent d'apprécier les différentes interactions qui ont suscités des émotions.

**Suprême Soum**
Les vaccinations sont gratuites ? Lui c'est un Taximan oui d'autres en chaumage.alors les vaccinations sont toujours gratuites dans tous les centres de santé

**Maïgaté Maïgaté**
Comme Il l'avait fait cas dés l'accroche ,les vaccinations ont permis de prévenir beaucoup de maladies pouvant nuire à l'enfant.Quand nous étions petits,nos parents n'étaient pas trop motivés par ces vaccination ,mais rien ne se fait à un jour ,car avec le temps et les mobilisations ,on est maintenant dans une sorte d'expansion positive.Ce qu'il y'a de faire c'est de continuer à améliorer et renforcer ces mesures ,qui ,permettront aux parents d'être conscient de l'enjeu en question .

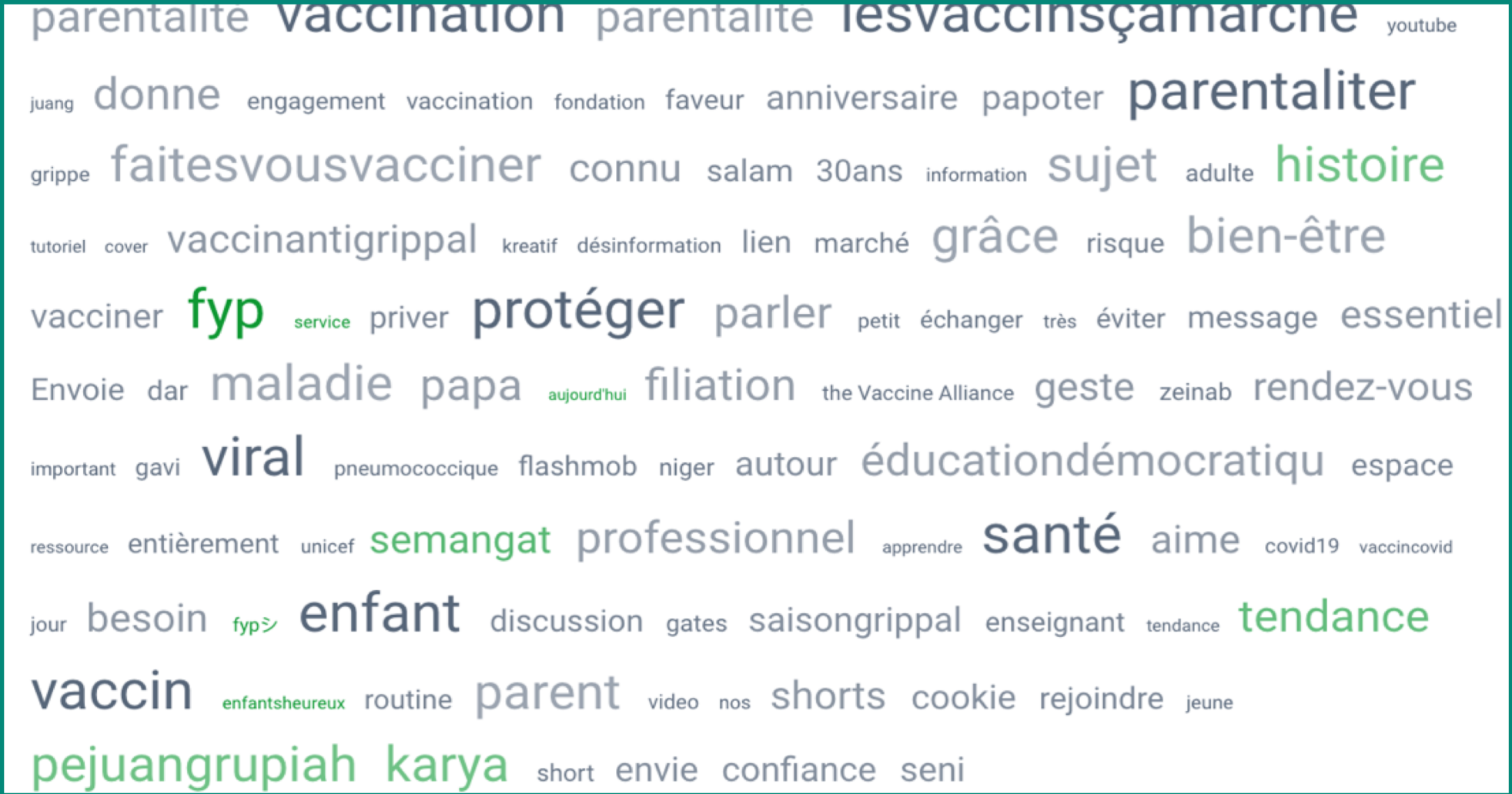
Super fan
**Kone Abdoul-aziz**
Je n'ai pas vécu avec ma grand-mère, mais mes aîné(e)s qu'elle a eu à éduquer ont toujours eu un grand sens d'humanisme qui m'a toujours épaté

**Maïgaté Maïgaté**
Tout à fait !
Les interventions permettront d'éviter beaucoup des dégâts surtout qu'elles sont fondamentales EB ce qui est de la lutte contre les handicaps dont nos sociétés ont beaucoup souffert.Aujourd'hui avec les heureusement amélioration dans le cadre de la santé les interventions peuvent beaucoup changer .
Tout enfant mérite d'être sauvé !
Il faut continuer sur les mobilisations des parents dans l'intérêt d'eux même ,de leurs enfants et surtout pour la société .

Un enfant sauvé est un avenir nouveau .....

# STATISTIQUES DE LA CAMPAGNE: MOTS DE LA CAMPAGNE

Les mots les plus usités en lien avec le concept de Parentalité Positive et qui ont permis une homogénéisation des conversations ont également pu être répertoriés:



# INFLUENCEURS ET IMPACT

20 influenceurs digitaux ont participé à cette campagne. Ils ont été sélectionnés sur la base de leurs contenus habituels, le nombre de membres que comptent leurs communautés, et le nombre d'abonnés à leurs comptes.

S 'appuyant sur le monitoring tout au long de la campagne, sur Facebook, on constate que les 2 influenceurs, @Kapo227 et @Lifeismassa ont fait de gros scores. Scores dus non seulement à leur nombre important d'abonnés, mais également au fait qu'ils sont des humoristes qui ont su aborder la question de la vaccination et de la parentalité sur un angle plus positif et moins affolant auprès de leur cible.

Sur Twitter, @oumou_kane, @ibhkarim, @ABDialloCheikh et @Damgreyz se sont démarqués grâce à leur participation habituelle aux campagnes en rapport avec la santé et le bien-être et en sus, le caractère éclectique de leur ligne éditoriale.

On constate sur Facebook et Twitter la belle montée de @Rainah_Hamidou qui se crée une communauté très engagée et réactive.

**Principaux profils publics**
« *#ParentalitéPositive* »

| | | | |
|---|---|---|---|
| kapo227 | 29,946 % Partage vocal | 104 727 Influence |
| ImmunisésotCa | 8,094 % Partage vocal | 28 306 Influence |
| oumou_kane | 6,434% Partage vocal | 22 500 Influence |
| ibhkarim | 6,319 % Partage vocal | 22 100 Influence |
| Rainath_Hamidou | 6,091 % Partage vocal | 21 300 Influence |
| lifeismassa | 5.890% Partage vocal | 20 600 Influence |
| ABDialloCheikh | 4.060% Partage vocal | 14 200 Influence |
| Damgreyz | 3,603% Partage vocal | 12 600 Influence |
| MounkailaSani1 | 3,517% Partage vocal | 12 300 Influence |
| Nahina_H | 3,431% Partage vocal | 12 000 Influence |

## Meilleurs Résultats Hashtag « *#ParentalitéPositive* »

1. kapo227
jouissent aujourd'hui d'une bonne santé. " Fatiya , Ménagère #ParentalitéPositive #LesVaccinsçaMarche #Karya UNICEF Niger @gatesfoundation Gavi, le Vaccin [...] aujourd'hui d'
facebook.com 2022-12-01 06:00 — 66 1 0

2. lifeismassa
jouissent aujourd'hui d'une bonne santé. " Fatiya , Ménagère #ParentalitéPositive #LesVaccinsçaMarche #Karya @unicefniger @gatesfoundation @gavi_fr [...] aujourd'hui d'une
facebook.com 2022-12-01 15:20 — 64 1 1

3. ZLabs
cadre de la campagne de promotion de la #ParentalitéPositive #Karya 📍Marché DarEsSalam (Niamey) https://t.co/kof4MO1TM8 [...] de la campagne de promotion de la #ParentalitéPositive #Karya 📍Marché DarEsSala
twitter.com 2022-12-13 00:09 — 20 12

4. oumou_kane
jouissent aujourd'hui d'une bonne santé. " Fatiya , Ménagère #ParentalitéPositive #LesVaccinsçaMarche #Karya @Unicefniger @gatesfoundation @gavi_fr https://t.co/WRXgEYCKrl [...] aujo
twitter.com 2022-12-01 01:21 — 19 12

5. lifeismassa
de leur engagement pour le bien-être de leurs enfants. #ParentalitéPositive #LesVaccinsçaMarche #Karya @unicefniger @gavi_fr @gatesfoundation [...] leur engagement pour le bien-être de leurs enfants. #Par
facebook.com 2022-12-25 05:57 — 26 0 0

6. ibhkarim
jouissent aujourd'hui d'une bonne santé. " Fatiya , Ménagère #ParentalitéPositive #LesVaccinsçaMarche #Karya @Unicefniger @gatesfoundation @gavi_fr https://t.co/KhKemtneqD [...] aujo
twitter.com 2022-12-01 01:14 — 15 dix

7. Unicefniger
action rentre dans le cadre de la campagne #ParentalitéPositive #Karya , qui vise à célébrer les parents modèles [...] rentre dans le cadre de la campagne #ParentalitéPositive #Karya , qui vise à célébrer les
twitter.com 2022-12-12 09:37 — 16 8

8. UNICEFTchad
des Rep de l'@UNICEFCHAD de @gavi @OmsTchad et @UnhcrTchad #LesVaccinsçaMarche https://t.co/8ZIFnISKyF
twitter.com 2022-12-13 05:36 — 15 5

9. Damgreyz
jouissent aujourd'hui d'une bonne santé. Fatiya , Ménagère #ParentalitéPositive #LesVaccinsçaMarche #Karya @Unicefniger @gatesfoundation @gavi_fr https://t.co/M8a7iVxSFk [...] aujourd'hui
twitter.com 2022-12-01 01:25 — 12 6

# INFLUENCEURS ET IMPACT

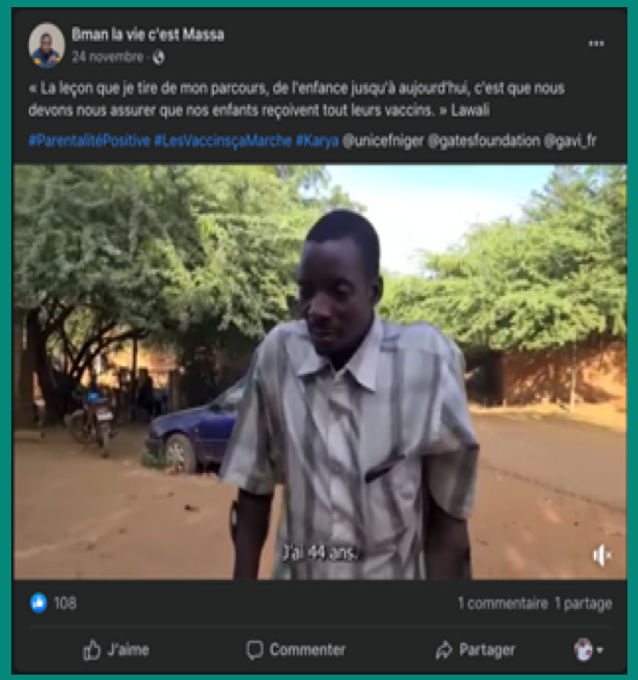
## Influenceurs et Engagements

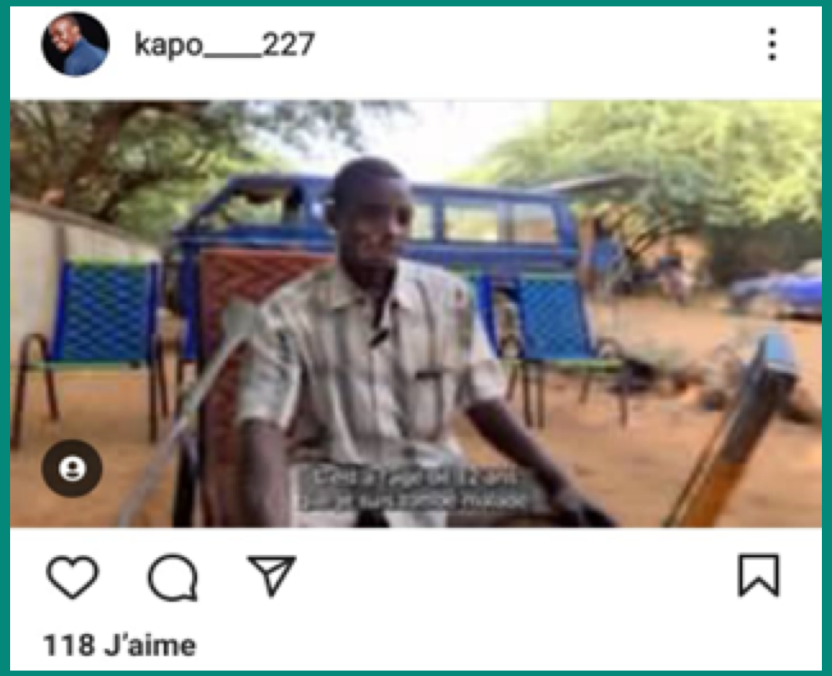
| Influenceurs | Facebook | Twitter | Instagram | LinkedIn |
|---|---|---|---|---|
| Kapo 227 | 11 | 0 | 9 | 0 |
| Oga Slameur | 9 | 0 | 0 | 0 |
| Karim Cheffou Ibrahim | 12 | 12 | | 10 |
| Destino Ali | 11 | 8 | 0 | 0 |
| Ali Samara Maiga | 11 | 0 | 0 | 0 |
| Oumou Kane | 12 | 12 | 10 | 0 |
| Ibrahim Tanimoun | 12 | 12 | 9 | 0 |
| Zouhair Chehadid | 6 | 8 | 0 | 0 |
| Nadia Sita | 9 | 0 | 0 | 0 |
| Cheick Bounty Diallo | 12 | 12 | 0 | 6 |
| Moctar Koraou | 11 | 10 | 09 | 5 |
| Saidil Moctar | 8 | 11 | 0 | 0 |
| Salissou Rabia | 9 | 0 | 0 | 0 |
| Bman | 10 | 0 | 0 | 0 |
| Safiath | 4 | 0 | 0 | 0 |
| Fils Dadam LaMonnaie | 9 | 0 | 0 | 0 |
| Malik Abdoulaye | 11 | 4 | 0 | 6 |
| Yasmina Mohamed | 10 | 0 | 0 | 0 |
| Djamila Souley | 11 | 0 | 0 | 5 |
| Ibrah Altiné | 10 | 0 | 0 | 0 |
| Aichatou Salissou | 2 | 7 | 0 | 0 |
| Nahina Harouna | 11 | 11 | 0 | 0 |
| Ibrah Sanda Mariama | 9 | 0 | 0 | 0 |
| Fareed Saidou | 12 | 11 | 0 | 0 |
| Omi Moctar | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Bianou Ousmane | 5 | 3 | 0 | 0 |
| Maimouna Salou | 6 | 8 | 0 | 0 |
| Stone | 12 | 12 | 0 | 0 |

# Portraits photos diffusés durant la campagne

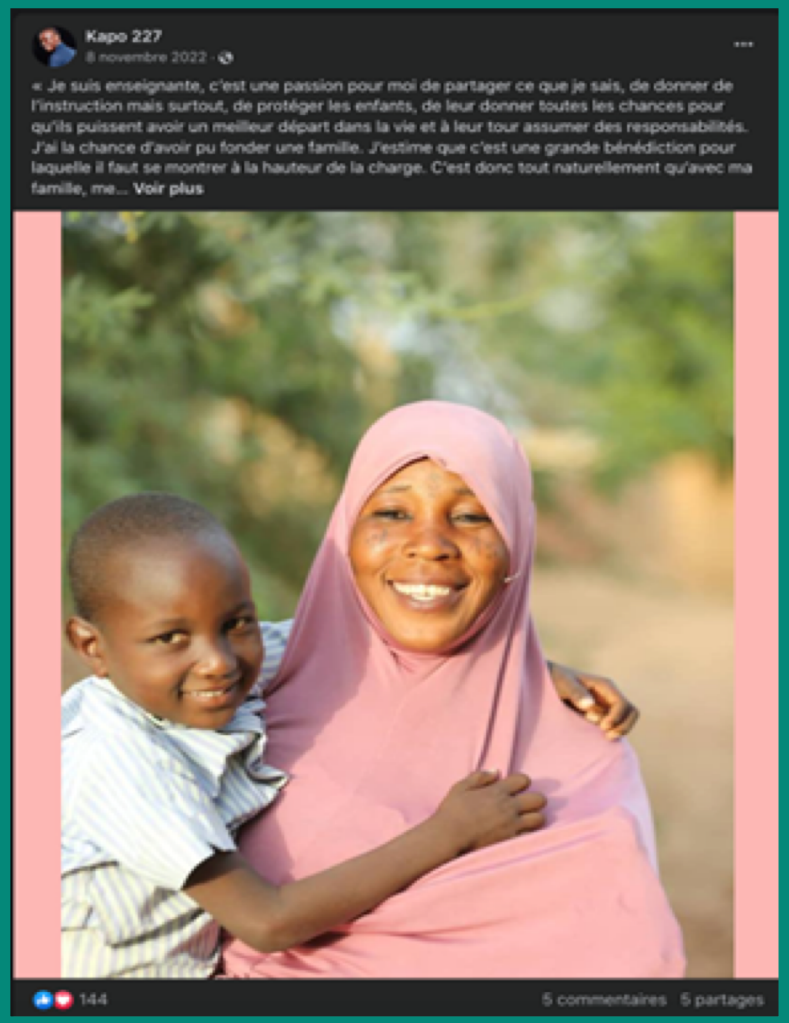
# Meilleures publications de la campagne

# Meilleures publications de la campagne



# Meilleures publications de la campagne



# Difficultés liées à la campagne et mesures d'atténuation

La campagne de la « Parentalité Positive » a connu quelques difficultés dans sa mise en œuvre; difficultés mineures mais qui ont quelque peul impacté sa durée:

| Difficultés | Mesure de mitigation | Commentaires |
|---|---|---|
| Retard dans la production des contenus à partager | Une partie des profils initiaux a été changée du fait du désistement de certains d'entre eux malgré leur accord préalable | Le désistement des participants malgré leur accord préalable est souvent dû au fait qu'ils ne reçoivent pas de rémunération pour leur participation.<br>Et les accords de ceux qui acceptent sont verrouillés par de signatures de cession de droits d'images. |
| Difficulté à avoir l'accord d'un agent médical pour la production de la vidéo | Le partenaire (UNICEF) s'est chargé de la mise en relation avec un agent médical afin d'accélérer le déblocage de la production du contenu. | Il est important que pour des campagnes futures similaires, UNICEF, dès le départ s'assure de la participation et collaboration d'un agent de santé par le canal de sa hiérarchie. |
| Retard dans la production de la vidéo d'animation en 2D | Le changement du prestataire en charge de cette production a été effectué et l'animation a pu être produite et publiée suivant les temps de validation UNICEF | |

# RECOMMANDATIONS

- La campagne sur la « Parentalité Positive » a rencontré un échos favorable auprès des différentes cibles.
- Ceci montre à souhait que les jeunes parents ou sur le point de l'être s'intéressent réellement aux questions du bien-être familial et notamment infantile.
- L'implication des jeunes pour parler de questions de santé rend ces sujets plus accessibles et moins solennels.
- L'utilisation des nouvelles plateformes de communication (réseaux sociaux) pour ces campagnes en plus de les rendre plus virales créent immédiatement le sentiment d'identification auprès des cibles.

# MERCI

#LesVaccinsçaMarche #ParentalitéPositive
#VaccinonsNosEnfants
#LesPremiersMomentsComptent

ZumunciLabs

touch pulse.