

Aller à la rencontre des jeunes là où ils se trouvent (de plus en plus) :

Cinq recommandations pour atteindre les jeunes sur la contraception et la santé reproductive grâce aux technologies numériques

1

Appliquer les meilleures pratiques

2

Réunir la bonne équipe

3

Savoir que « le contenu est roi »

4

Renforcer le contenu et les canaux pour combler la fracture numérique

5

Utiliser le suivi et l'évaluation pour la gestion adaptative

Contexte

Les jeunes, souvent définis comme des personnes âgées de 10 jusqu'à 29 ans¹, deviennent rapidement les plus nombreux utilisateurs de téléphones mobiles dans le monde². Quand ils cherchent en ligne des informations sur la puberté, la sexualité et la contraception, accéder à des informations exactes et de qualité peut s'avérer difficile pour eux. Cela tient à la rapidité et à la quantité de contenus diffusés, aux différents niveaux de culture numérique (c'est-à-dire la capacité à distinguer les informations exactes des informations inexactes en ligne), à la stigmatisation associée à l'accès à ce type d'informations, mais aussi aux normes sociales et de genre qui freinent souvent l'utilisation de ces technologies par les filles. Par ailleurs, ce qui est disponible sous forme numérique - par exemple, à travers les sites web, les médias sociaux et les plateformes de messagerie mobile - n'est souvent pas accessible en permanence en raison des connexions internet peu fiables, ou contient des informations erronées et dangereuses.³⁻⁷

Cependant, les interventions de santé numérique peuvent toucher les jeunes des pays à revenu faible et intermédiaire (PRFI) là où ils se trouvent de plus en plus - en ligne - et influencer leurs connaissances, leurs attitudes ainsi que leurs comportements en matière de planification familiale et de santé reproductive (PF/SR).³⁻⁶ L'Organisation mondiale de la Santé (OMS), pour sa part, recommande de tirer parti des interventions de santé numérique pour surmonter les obstacles empêchant les jeunes d'accéder à des informations exactes et adéquates en matière de PF/SR.⁸

Présentation de l'activité

Breakthrough ACTION a mené une évaluation dont l'objectif est de comprendre comment les jeunes des PRFI cherchent, vérifient et partagent des informations sur la contraception et la santé reproductive, en utilisant les médias sociaux, le web, les applications et la messagerie mobile.

L'évaluation a permis de formuler cinq recommandations programmatiques sur la meilleure façon de toucher les jeunes par des informations



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

**Breakthrough
ACTION**
FOR SOCIAL & BEHAVIOR CHANGE



exactes et bien présentées sur ces sujets, et ce, grâce aux technologies numériques.

Les recommandations sont destinées aux professionnels de la PF/SR pour jeunes qui cherchent à tirer parti des technologies numériques pour améliorer la portée et l'impact de leurs activités de changement social et de comportement.

Le présent document donne un aperçu des principales conclusions de l'évaluation et des cinq recommandations faites. De courtes vidéos expliquant chaque recommandation sont accessibles en ligne.



bit.ly/ba-youth-digital-fp

L'apport de cette activité

Cette recherche s'appuie sur des ressources et les orientations existantes, en particulier le document de l'OMS relatif aux interventions de santé numérique axées sur la jeunesse [Interventions de santé numérique axées sur la jeunesse : cadre pour la planification, l'élaboration et la mise en oeuvre de solutions avec et pour les jeunes](#) et le document [Principes pour le développement numérique](#). La plupart des recherches publiées sur les interventions numériques axées sur la jeunesse se fondent sur des données recueillies dans des pays à revenu élevé. Cette activité privilégie les recherches menées dans les pays à revenu faible et intermédiaire et oriente les recommandations programmatiques en fonction de ce contexte.

Méthodologie

Breakthrough ACTION a mené trois activités d'évaluation : une étude documentaire, des entretiens avec des informateurs clés (EIC) et une enquête en ligne auprès des jeunes. L'étude documentaire, réalisée fin 2020, a porté sur plus de 30 documents, évalués par des pairs, ou issus de la littérature grise, ainsi que sur des ressources en ligne. La liste complète des articles examinés, y compris ceux qui ont été publiés et examinés après la principale étude documentaire, [est disponible en ligne](#). Le projet a eu recours à un échantillonnage raisonné pour identifier ces documents, en commençant par le document [Interventions de santé numérique axées sur la jeunesse : cadre pour la planification, l'élaboration et la mise en oeuvre de solutions avec et pour les jeunes](#). À partir des conclusions de l'étude documentaire, Breakthrough ACTION a élaboré un guide de discussion semi-structuré, utilisé pour réaliser des entretiens avec 23 experts issus des milieux des bailleurs, des chercheurs et des responsables de programmes. Breakthrough ACTION a mené les



entretiens à distance, fin 2020 et début 2021, au moyen des logiciels Zoom ou Google Meet. Avec le consentement des personnes interrogées, la plupart des entretiens ont été enregistrés et transcrits grâce au logiciel Otter (Otter.ai, Los Altos, CA). Les notes

et les transcriptions des entretiens ont ensuite été synthétisées à l'aide du logiciel d'analyse qualitative Dedoose (SocioCultural Research Consultants, Los Angeles, CA) afin d'identifier les thèmes communs.

À la fin de l'année 2021, Breakthrough ACTION a mis en place une enquête en ligne avec le logiciel Qualtrics XM (Qualtrics, Provo, UT and Seattle, WA) auprès d'une population cible de jeunes (15 à 29 ans) vivant dans les PRFI. Le projet a mis au point cette enquête à partir d'informations tirées de l'étude documentaire et des EIC, mais aussi en

s'inspirant d'une enquête en ligne menée auprès des jeunes par Restless Development et présentée au forum 2020 Switched On de l'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture.⁹ L'enquête a été lancée en français et en anglais en novembre 2021 et a été promue par les canaux de médias sociaux de Breakthrough ACTION et les réseaux de son programme et de son équipe de recherche. Breakthrough ACTION n'a offert aucune incitation à ceux qui remplissaient le questionnaire de l'enquête. L'enquête en ligne a permis de constituer un échantillon de 162 jeunes.

Description de l'échantillon d'enquête

Environ la moitié des répondants étaient des jeunes d'âge avancé (25 à 29 ans), et plus de la moitié de l'échantillon a déclaré vivre en Afrique de l'Ouest, principalement dans des villes (78 %). Certains (20 %) vivaient dans une ville ou un village. Deux pour cent (2 %) vivaient dans une zone rurale. La majorité (61 %) des répondants s'est identifiée en tant que femmes, 34 % en tant qu'hommes, et 5 % ont préféré s'autodécrire ou ne pas préciser leur genre. Seuls 2 % ont déclaré vivre avec un handicap. Trente-huit pour cent (38 %) ont déclaré être en couple (non mariés), 27 % étaient célibataires mais avaient déjà eu une relation amoureuse, 15 % sortaient avec quelqu'un ou avaient une ou plusieurs relations informelles, 9 % étaient célibataires et n'avaient jamais eu de relation amoureuse, et 8 % étaient mariés. L'échantillon étant de petite taille et composé principalement de citadins, de personnes plus âgées et diplômées, la population de l'enquête ne devrait pas être considérée comme nécessairement représentative des jeunes d'Afrique de l'Ouest en particulier ou des PRFI dans leur ensemble.



Principales conclusions

L'étude documentaire, les EIC et les résultats de l'enquête ont permis de dégager les principales conclusions suivantes :

- En Afrique subsaharienne, les jeunes (âgés de 18 à 29 ans) sont plus nombreux à posséder des téléphones mobiles « intelligents » que leurs aînés.¹⁰ Cependant, les jeunes Africains sont toujours considérés comme les plus déconnectés au monde, avec moins de 42 % de personnes en ligne.¹¹ Le coût est un facteur clé : tandis qu'environ 2,5 milliards de personnes vivent dans des pays où le smartphone le moins cher coûte 25 % ou plus du revenu mensuel moyen, les appareils les moins abordables se trouvent en Afrique, où un smartphone coûte 62,8 % du revenu mensuel moyen.¹²

D'après l'enquête de Breakthrough ACTION :

- » La quasi-totalité (98 %) des personnes interrogées utilise un smartphone pour accéder à l'Internet, et un tiers (35 %) utilise aussi un ordinateur portable. La plupart (90 %) utilisent un appareil privé qui leur appartient. La plupart (80 %) se connectent entre cinq et sept jours par semaine, même si tous les jeunes ruraux de l'échantillon (2 %) ont déclaré ne se connecter qu'un ou deux jours par semaine.
- » Un quart (26 %) passe plus de sept heures par jour en ligne, et un quart (26 %) passe une heure ou moins par jour en ligne. Les jeunes d'âge plus avancé

(25-29 ans) étaient plus susceptibles que les plus jeunes à passer sept heures ou plus par jour en ligne.

- » Pour 65 % d'entre eux, le coût des données est le principal obstacle réduisant l'accès à Internet, et pour 15 %, ce sont les problèmes de réseau, liés à la couverture dans leur pays ou région. Les différences selon le genre, l'âge et le lieu de résidence étaient mineures en raison de la petite taille de l'échantillon.
- » Les trois quarts (76 %) ont déclaré que, lorsqu'ils sont en ligne, ils passent la plus grande ou la deuxième plus grande partie du temps sur l'application WhatsApp, suivie de Facebook (58 %). Les jeunes hommes étaient plus susceptibles de passer une grande partie de leur temps sur Facebook que les jeunes femmes : 77 % vs 47 %.

- La mauvaise qualité des infrastructures et de la connectivité, le coût élevé des données et les disparités de genre qui favorisent l'accès des hommes et des garçons aux ressources et à la technologie affectent la capacité des jeunes à chercher des informations par une voie numérique.^{2,3,5} Nous n'avons trouvé aucune indication de l'impact de la fracture numérique sur les communautés de minorités sexuelles et de genre.
- Les adolescents d'âge plus avancé des PRFI sont plus susceptibles d'avoir accès à des téléphones portables, et les garçons sont 1,5 fois plus susceptibles de posséder ou d'avoir accès à des téléphones portables que les filles.^{4,7} Cependant, plusieurs experts interrogés ont fait remarquer que la plupart des interventions numériques en matière de PF/SR sont conçues pour les jeunes femmes, ce qui risque d'éloigner des segments entiers du public.
- Les interventions par SMS sont efficaces pour toucher les jeunes et leur communiquer des informations sur la PF/SR ; elles peuvent être étendues pour accroître leur implication ; de nombreux informateurs clés ont souligné que les jeunes accèdent aux informations relatives à la puberté, à la sexualité et à la contraception sur les plateformes qu'ils utilisent déjà et qu'ils sont moins enclins à les chercher sur des plateformes distinctes ou à consommer la mémoire de leur téléphone en téléchargeant de nouvelles applications.
- Dans les PRFI, la culture numérique des jeunes varie et est essentielle au succès des interventions numériques en matière de PF/SR.¹³ Parce que les filles et les femmes disposent souvent d'un moindre accès au numérique, leur culture numérique est généralement inférieure à celles de leurs homologues masculins.⁷
- Les informateurs clés s'accordent généralement à dire que les jeunes s'efforcent de trouver des informations dignes de confiance en cherchant des contenus de bonne réputation. Par exemple, en fonction du contexte et du segment d'audience, il peut s'agir d'un site web sur lequel figure un numéro de téléphone, qui est lié à une organisation non gouvernementale de confiance ou qui cite une organisation internationale de la santé ou le ministère national de la santé.
- Les informateurs clés sont d'accord pour dire que l'anonymat et la confidentialité sont des éléments importants pour les jeunes des PRFI lorsqu'ils cherchent des informations sur la santé reproductive et la contraception. Les informateurs clés et la littérature relative aux programmes ont souligné que les jeunes des PRFI préfèrent discuter d'informations détaillées sur la PF et d'informations sur la PF/SR dans des contextes plus larges tels que la sexualité et les relations amoureuses.¹⁴⁻¹⁶
- Les jeunes préfèrent des messages simples, amusants, intéressants et moins scientifiques.³ Par exemple, les expressions familières comme « contraceptif » et « petit ami/petite amie » au lieu de « planification familiale » et « partenaire intime. » Ils réagissent aussi favorablement à l'utilisation de points d'exclamation pour donner un ton plus vif.^{17,18} Selon les informateurs clés, les interventions numériques en matière de PF/SR sont plus efficaces lorsque le contenu est représentatif de la vie et du bien-être des jeunes en général et en est sensible.
- L'utilisation d'une conception axée sur l'humain et d'approches de partenariat avec les jeunes

— le public cible prioritaire — en les impliquant pleinement dans le processus de planification et de conception peut renforcer la réussite des programmes.

- Les interventions numériques sont plus efficaces lorsqu'elles s'intègrent à l'infrastructure, aux interventions, et aux outils existants, y compris aux habitudes technologiques quotidiennes des jeunes.^{8,19} De nombreux informateurs clés ont également attiré l'attention sur le fait que la communication numérique n'est pas une solution miracle et qu'elle n'est pas adaptée à tous les contextes.
- Bon nombre des personnes interrogées ont expliqué comment l'environnement général — y compris les positions politiques et culturelles à l'égard de l'éducation en matière de PF/SR et de l'équité des genres, la prévalence de la pornographie et l'utilisation des espaces numériques pour l'éducation — influence l'efficacité des interventions numériques de PF/SR axée sur la jeunesse.
- De nombreux informateurs clés interrogés ont souligné l'importance de relier le dialogue en ligne avec les jeunes sur la contraception aux sites de prestation de services sur les méthodes contraceptives dans la vie réelle. Ils ont également souligné combien il est important de mesurer l'implication et les comportements en ligne et hors ligne.
- Presque toutes les personnes interrogées ont indiqué que les méthodes de mesure du « succès » des interventions numériques de PF/SR varient et qu'il reste beaucoup à faire pour normaliser et documenter ces mesures.



Recommandations

Recommandation 1

Appliquer les meilleures pratiques

Les concepteurs d'intervention doivent recourir aux meilleures pratiques reconnues pour mettre au point des activités de changement social et de comportement liées à la PF/SR des jeunes tout en les appliquant au contexte numérique. Au nombre de ces meilleures pratiques figurent les suivantes : établir un partenariat avec les jeunes par le biais d'approches de conception participative telles que la conception axée sur l'homme ou la jeunesse, commencer par une analyse du contexte, procéder à une segmentation minutieuse du public, fixer des buts et des objectifs spécifiques de programme — y compris définir des mécanismes de suivi et d'évaluation en conséquence — et procéder continuellement à des modifications et à des adaptations en fonction des données de suivi.

Le partenariat avec les jeunes tout au long du cycle de conception du programme favorise l'adéquation de l'intervention à leurs besoins réels tout en renforçant les capacités techniques et les moyens de subsistance des jeunes.

Les analyses du contexte peuvent aider les concepteurs d'interventions à mieux comprendre le contexte socioécologique et programmatique dans lequel ils comptent opérer. Cette démarche, associée à une analyse minutieuse du public cible, permet de s'assurer que l'intervention numérique est l'approche la plus efficace et elle contribue à éviter les doublons. Les analyses du contexte offrent également aux concepteurs d'interventions la possibilité d'examiner des facteurs tels que l'accès au numérique, les compétences numériques et les plateformes déjà utilisées par le public cible, afin que les responsables de programmes puissent orienter l'intervention de manière adaptée pour atteindre les jeunes, plutôt que de les supplier de venir à l'intervention.

« Il y a beaucoup de doublons ici, et c'est beaucoup plus sexy de construire quelque chose de nouveau. Pour bien [construire une application native] et faire quelque chose de qualité, à l'échelle, il faut énormément d'argent. [...] Ne développez une nouvelle application que si vous fournissez des **appareils** et des **données**, et si vous êtes **moins préoccupé par l'échelle et la durabilité**. » —RESPONSABLE EIC

Ces évaluations et analyses peuvent également aider les concepteurs d'interventions à définir et à articuler les objectifs de programme et ce qu'ils veulent en particulier : il peut s'agir, par exemple, de diffuser des informations sur la PF/SR, de créer une communauté en ligne pour partager des expériences en matière de PF/SR ou d'accroître le recours à la contraception. Elles les aident également à déterminer si ces objectifs sont réellement atteignables par une intervention en ligne autonome ou si les concepteurs doivent créer des canaux ou des liens avec les systèmes de soins de santé ou les partenaires. Envisager des liens et des partenaires potentiels et nouer des contacts avec les parties prenantes concernées dès le début contribue à la réussite et à la durabilité du programme.

Les responsables de programmes peuvent accroître et garantir la qualité des résultats en recueillant des données de suivi tout au long de la durée du programme (voir la recommandation 5). Avec de nombreux programmes numériques, les données en temps réel sont abondantes, toujours disponibles, et permettent des ajustements rapides du programme à tout moment de l'intervention.

« L'objectif de programme peut être de présenter en ligne des informations sur la planification familiale aux jeunes, puis de les orienter vers des services hors ligne ou « dans la vraie vie », dans une pharmacie ou une clinique spécifique. Nous pouvons mettre en place notre cadre de suivi pour suivre les références ou les inscriptions dans les services cliniques. Par exemple, combien de jeunes ont consulté notre site en ligne ? Qu'ont-ils fait une fois sur le site ? Combien de ces utilisateurs en ligne se sont inscrits pour des services en présentiel à la clinique ? Combien ont adopté une méthode contraceptive ? » —EXTRAIT DE LA VIDÉO DE LA RECOMMANDATION 5

Recommandation 2

Réunir la bonne équipe

L'équipe de conception de l'intervention doit réunir des personnes de diverses spécialités, y compris des membres du public prioritaire jeune. La conception du programme doit intégrer des possibilités de renforcement des capacités pour que les jeunes acquièrent des compétences transférables et commercialisables. Dans l'idéal, l'équipe de conception devrait comprendre des experts dans les domaines suivants :

- PF/SR.
- Rédaction numérique et élaboration de contenu.
- Conception graphique.
- Modération de communauté et de contenu en ligne.
- Suivi et évaluation.
- Questions juridiques, en particulier la protection des mineurs et la gestion des données.
- Genre et normes sociales.
- Gestion des opérations et des plateformes informatiques.
- Marketing/partenariats.

« [Il faut ...] quelqu'un qui peut dire : « ça, c'est ennuyeux ». Engagez une équipe créative jeune, diversifiée, féminine – **il faut autant de perspectives**. » —RESPONSABLE EIC

La « bonne » équipe va également au-delà du personnel d'intervention et comprend le développement de partenariats avec **le gouvernement, le secteur privé et les dirigeants locaux, ainsi qu'avec les gardiens ou les groupes de référence**. Le ministère de la santé



d'un gouvernement (ou une agence équivalente) est souvent un partenaire essentiel, soit parce qu'il est la source d'information la plus fiable du public cible en matière de PF/SR, soit parce qu'il garantit que le programme complète les politiques nationales pertinentes en matière de PF/SR pour la jeunesse. Par ailleurs, le ministère de la santé peut jouer un rôle majeur en tant que rassembleur des partenaires du secteur du développement, dans un rôle moins visible pour le public cible. Les partenaires du secteur privé peuvent également jouer un rôle utile : par exemple, collaborer avec une société d'optimisation de moteurs de recherche peut favoriser une meilleure visibilité de votre contenu en ligne ; collaborer avec un réseau de cliniques de santé préférées peut permettre aux utilisateurs d'accéder directement aux points de prestation de services de contraception préférés.

Recommandation 3

Savoir que « le contenu est roi »

Les concepteurs d'interventions doivent développer des éléments visuels, des messages et d'autres éléments qui suscitent l'intérêt et la confiance du public. Le contenu doit être techniquement correct et répondre aux intérêts du public cible. Pour ce faire, tout doit être présenté de la manière dont le public cible lui-même communique, avec utilisation d'images auxquelles il peut s'identifier. Le ton, les informations et les messages clés qui sont partagés doivent être encourageants plutôt qu'effrayants, et refléter les valeurs, les priorités et les expériences du public cible. Les appels à l'action devraient encourager des actions viables.

« Avec le numérique, il faut faire en sorte que ce soit plus intéressant que le porno... »

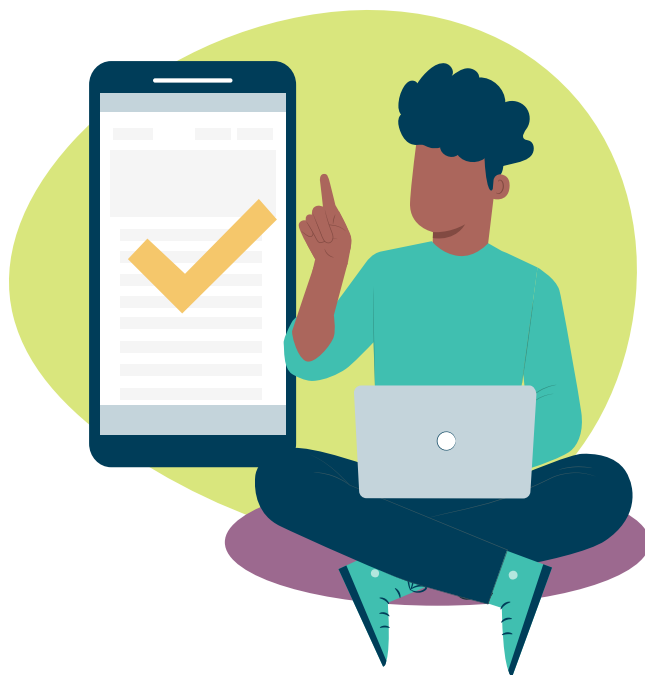
—BAILLEUR EIC

Parmi les formats qui peuvent bien fonctionner avec les jeunes, citons la narration par le biais de personnages attachants et les contenus créés par les utilisateurs (c'est-à-dire les textes, vidéos, images ou critiques produits par le public, plutôt

que par une campagne ou une marque²⁰). Un des moyens de construire la confiance des jeunes en ligne est de collaborer avec des personnalités connues ou des « influenceurs » pour diffuser des informations et des messages clés.

« Les gens font confiance aux expériences de la vie réelle car celles-ci ont la capacité de dissiper les rumeurs. » —BAILLEUR EIC

Une autre façon de procéder est d'engager la conversation avec votre public, y compris au moyen de robots conversationnels ou chatbots. Cependant, de nombreuses campagnes attribuent les liens durables qu'elles nouent avec les utilisateurs au fait d'avoir une personne en chair et en os qui répond aux commentaires, aux questions et aux messages privés des followers ou abonnés. En outre, les chatbots peuvent mal interpréter les révélations personnelles qui peuvent nécessiter des réponses prudentes et sensibles. Tous ces éléments sont essentiels pour se démarquer du « boucan » des autres contenus qui sont souvent sensationnels et erronés, mais qui rivalisent dans l'art d'attirer l'attention du public.



Résultats de l'enquête de Breakthrough ACTION

L'enquête portait sur les comportements généraux des répondants en ligne. La plupart (60 %) ont déclaré avoir partagé (ou étiqueté quelqu'un sur) quelque chose qu'ils avaient trouvé en ligne au cours de la semaine écoulée. Seuls 4 % ont répondu ne jamais partager les contenus qu'ils trouvent en ligne. Un article ou un blog (27 %), une vidéo ou une photo (23 %), un post ou un tweet (23 %) sont les formats que les répondants partagent le plus souvent, suivis par un mème (12 %) ou une invitation à un événement (10 %).

La façon dont les gens partagent les contenus varie : 33 % ont étiqueté le destinataire dans le message original, 30 % ont envoyé un message privé, 19 % ont reposté ou retweeté le message, 10 % l'ont envoyé sous forme de message groupé. Seuls 5 % l'ont montré à une personne avec qui ils étaient, et 1 % l'a dit à quelqu'un en personne, par téléphone ou par appel vidéo.

Les répondants à l'enquête ont été interrogés sur les facteurs qui comptent pour eux lorsqu'ils se connectent à Internet pour trouver des informations sur le corps humain, la sexualité et les relations. Pour eux, le facteur le plus déterminant est le contenu qui aborde des sujets d'intérêt : 71 % des personnes interrogées l'ont cité comme premier ou deuxième choix. Le deuxième facteur le plus important est l'exactitude, la fiabilité et la crédibilité du contenu (41 % des répondants ont indiqué ce facteur comme premier ou deuxième choix). Les répondants trouvent aussi important d'avoir un contenu accessible gratuitement (15 %) et un espace conçu spécifiquement pour leur communauté, c'est-à-dire, uniquement pour les personnes de la même religion, du même genre, de la même orientation sexuelle ou du même groupe d'âge, par exemple (11 %).

« Dans ce domaine [du changement social et de comportement], nous savons qu'il est important de ne pas se montrer « moralisateur » dans les messages clés – il faut trouver un équilibre avec d'autres contenus. Il est essentiel de tisser des liens de confiance, en particulier en ligne, et le véritable CONTENU — et pas seulement les informations sur la PF/SR — le permet. » —EIC EXÉCUTANT



Recommandation 4

Renforcer le contenu et les canaux pour combler la fracture numérique

« Pour être honnête, je ne pense pas qu'il y ait beaucoup de plateformes qui visent spécifiquement les garçons, mais je peux penser à un certain nombre qui cible les filles... mais cela ne résout pas le problème de ces filles qui, pour commencer, n'ont pas réellement accès à la technologie. » —BAILLEUR EIC

Les concepteurs de programme se doivent d'examiner de manière critique si le public qu'ils cherchent à toucher a dans son ensemble ou *partiellement* accès à Internet ou s'il utilise les technologies mobiles. Ils doivent être préparés à utiliser plusieurs canaux si l'accès numérique est inégal.

La « fracture numérique » fait référence aux facteurs différenciant ceux qui ont accès aux technologies numériques de ceux qui n'y ont pas accès. Parmi ces facteurs figurent la disponibilité de l'Internet, le coût de l'Internet, des données et des appareils, la qualité et la vitesse de l'Internet, l'accès à des appareils et la culture numérique.²¹

À l'échelle mondiale, les garçons et les jeunes hommes ont un plus grand accès aux activités numériques que les filles ; pourtant, aussi étonnant que cela puisse paraître, il y a peu d'interventions et de plateformes destinées à les atteindre, ce qui est une occasion manquée. Les concepteurs d'intervention doivent tenir compte de la « fracture numérique » en s'assurant que les supports en ligne et numériques :

1. Comprennent un contenu et des messages exploitables pour les jeunes hommes et les jeunes femmes.
2. Sont complétés par des activités hors ligne (médias, communauté, par exemple) pour s'assurer que le programme atteint son public cible, surtout s'il n'est pas en ligne.
3. Collaborent avec des partenaires tels que le gouvernement et les fournisseurs d'accès Internet pour plaider en faveur d'un accès numérique plus égalitaire entre les populations urbaines et rurales, et entre les genres (y compris les minorités sexuelles et de genre).

Recommandation 5

Utiliser le suivi et l'évaluation pour la gestion adaptative

Les concepteurs de programme sont encouragés à utiliser les données de suivi et d'évaluation pour confirmer si une activité d'intervention numérique atteint le(s) public(s) cible(s), cela afin d'identifier

d'autres personnes susceptibles d'être touchées, mais aussi d'apporter des corrections visant à améliorer l'interaction avec les publics cibles prioritaires. Les types de données utiles à surveiller sont les suivants :

- Analyse des moteurs de recherche pour évaluer si et comment les gens trouvent le contenu.
- La portée (ou le « reach »), pour savoir combien et quelles personnes consultent le contenu.
- Les données relatives à l'interaction, telles que les données organiques par rapport aux données sponsorisées, le temps passé sur la page, les liens cliqués et le nombre de commentaires.
- Actions hors ligne entreprises en raison de l'action en ligne, comme l'utilisation de services de contraception en personne dont la promotion est faite par voie numérique.

« Les organisations disposent de plusieurs moyens d'intervention numériques pour « influencer » les attitudes et les comportements des jeunes en matière de planification familiale... [notamment en redirigeant] le trafic des moteurs de recherche vers des informations plus fiables sur le sujet... »²²

Une grande partie de ce suivi peut se faire fréquemment et en temps réel, grâce aux analyses propres à la plateforme numérique, à un logiciel tiers (par exemple, Sprout Social) ou à une collaboration avec la plateforme d'hébergement (par exemple, Facebook) pour mener des enquêtes plus approfondies. Les concepteurs d'interventions sont appelés à utiliser ces données pour adapter les éléments du programme, en fonction de ce qui est efficace ou non au regard des buts et objectifs du programme.

Les adaptations sont susceptibles de remédier aux effets inattendus du programme, comme le fait d'atteindre un public différent ou plus varié que celui prévu initialement. Le fait d'atteindre des publics inattendus peut s'avérer indésirable, par exemple en favorisant l'intimidation et le harcèlement en ligne, ou souhaitable, par exemple en offrant la possibilité de créer du contenu pour un public influent dont vous avez

capté l'attention, comme les parents ou les partenaires. Même si dans ce domaine, il n'existe pas de processus standard ou de liste définie d'indicateurs permettant d'évaluer le succès d'une intervention numérique, les concepteurs de programme auront tout intérêt à mettre en place un plan de suivi qui leur indiquera, à chaque étape du parcours de l'utilisateur, dans quelle mesure leur programme atteint son public cible et produit les effets escomptés.

« Au cours des différentes étapes de notre programmation, nous pourrions nous pencher plus précisément sur [différents] domaines... Pendant une campagne de marketing, nous pourrions davantage nous concentrer sur la progression de la portée ?. Ou bien, au stade de l'optimisation du contenu, nous nous intéressons aux résultats de l'impact, et nous nous assurons que le contenu fait une réelle différence par rapport au résultat que nous recherchons. Mais globalement, nous devons considérer l'ensemble de ce cadre ; et garder à l'esprit la façon dont tous les différents composants interagissent. » —RESPONSABLE EIC

« Nous avons mené, en partenariat avec Facebook... une enquête pour suivre comment le contenu pouvait influencer les perceptions de notre public [sur le papillomavirus humain (PVH)]. Les résultats ont révélé que plus nous diffusons de contenu en supplément des épisodes [de notre série], plus nous arrivons à changer la perception du public, notamment en ce qui concerne le vaccin [contre le PVH]. À long terme, nous examinerons d'autres données pour comprendre comment notre contenu peut influencer sur l'utilisation des produits et services [de santé reproductive]. »

—RESPONSABLE EIC



Conclusions

L'évaluation et l'ensemble correspondant de recommandations programmatiques viennent enrichir le corpus, petit mais utile, de la littérature sur les jeunes des PRFI qui utilisent les technologies numériques dans le cadre d'interventions avec des contenus sur la santé reproductive et la contraception. Cependant, cette évaluation présente plusieurs limites. La plupart des recherches programmatiques incluses ici étaient axées sur les jeunes cisgenres. Il faudrait que les recherches à venir tiennent compte d'un plus grand nombre d'identités de genre. L'enquête en ligne aurait également été plus instructive si elle avait permis d'obtenir un échantillon plus représentatif des jeunes des PRFI, en incluant davantage les plus jeunes et les jeunes des zones rurales. Les contraintes de temps et de ressources n'ont pas permis à Breakthrough ACTION d'offrir une incitation ou une indemnité aux personnes ayant participé à l'enquête, de proposer l'enquête dans un plus grand nombre de langues ni de concevoir une stratégie de distribution plus ambitieuse qui aurait également inclus les jeunes de moins de 15 ans. Les efforts futurs devraient envisager une meilleure coordination avec les groupes de jeunes pour le recrutement et une offre d'incitations aux participants.

En définitive, si les programmes « numériques » peuvent être une méthode fascinante et efficace pour éduquer les jeunes sur leur corps et la contraception, les interventions doivent être réalisées en partenariat avec les jeunes lors de la conception, de la mise en œuvre et du suivi pour être durables et demeurer véritablement compétitives et pertinentes. Le domaine du numérique est en constante évolution : de nouvelles communautés naissent en ligne chaque jour, des plateformes apparaissent et disparaissent, et les sujets d'actualité changent à chaque instant. Alors que cet ensemble de recommandations propose quelques orientations de base sur la manière (et l'opportunité) de faire un saut dans l'espace numérique mais aussi d'y garder une dynamique, la recherche et la base de données sont à la traîne quand il s'agit d'expliquer ce que le numérique peut – et ne peut pas – accomplir pour améliorer l'accès des jeunes à l'information et aux services de santé reproductive et de contraception dans les PRFI.



References

1. *Positive youth development (PYD) glossary*. (n.d.). YouthPower. <https://www.youthpower.org/positive-youth-development-pyd-glossary>
2. L'Engle, K. L., Mangone, E. R., Parcesepe, A. M., Agarwal, S., & Ippoliti, N. B. (2016). Mobile phone interventions for adolescent sexual and reproductive health: A systematic review. *Pediatrics*, 138(3), e20160884. doi:10.1542/peds.2016-0884
3. Castle, S., & Silva, M. (2019). *Family planning and youth in West Africa: Mass media, digital media, and social and behavior change communication strategies* [literature review]. Breakthrough RESEARCH and Population Council. <https://breakthroughactionandresearch.org/wp-content/uploads/2019/09/Mass-Media-Literature-Review.pdf>
4. Ippoliti, N. B., & Engle, K. (2017). Meet us on the phone: Mobile phone programs for adolescent sexual and reproductive health in low-to-middle income countries. *Reproductive Health*, 14, 11. doi:10.1186/s12978-016-0276-z
5. Kardefelt Winther, D., Twesigye, R., Zlámá, R., Saeed, M., Smahel, D., Stoilova, M., & Livingstone, S. (2020, December). Digital connectivity during COVID-19: Access to vital information for every child. *Innocenti Research Briefs*. UNICEF. <https://www.unicef-irc.org/publications/1099-digital-connectivity-during-covid-19-access-to-vital-information-for-every-child.html>
6. Wadham, E., Green, C., Debattista, J., Somerset, S., & Sav, A. (2019). New digital media interventions for sexual health promotion among young people: A systematic review. *Sexual Health*, 16(2), 101-123. doi:10.1071/SH18127
7. Girl Effect & Vodafone Foundation. (2018). *Real girls, real lives, connected: A global study of girls' access and usage of mobile, told through 3,000 voices*. <https://www.girlsandmobile.org/>
8. *Youth-centred digital health interventions: a framework for planning, developing and implementing solutions with and for young people*. (2020). World Health Organization. <https://www.who.int/publications/item/9789240011717>
9. Paul, F., Thompson, K., & Gupta, N. K. for Restless Development. (2020). Information. Support. Connection: How are young people engaging with digital spaces to learn about bodies, sex and relationships? [program and meeting document]. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373884>

10. Silver, L. & Johnson, C. (2018, October 9). *Internet activity seen as having positive impact on life in sub-Saharan Africa*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2018/10/09/majorities-in-sub-saharan-africa-own-mobile-phones-but-smartphone-adoption-is-modest>
11. Kemp, S. (2021, January 27). *Digital 2021: Global overview report*. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
12. Woodhouse, T. (2020, August 5). Mobile phones are too expensive for billions of people—and it's keeping them offline. *Alliance for Affordable Internet*. <https://a4ai.org/news/mobile-devices-are-too-expensive-for-billions-of-people-and-its-keeping-them-offline>
13. Feroz, A. S., Ali, N. A., Khoja, A., Asad, A., & Saleem, S. (2021). Using mobile phones to improve young people sexual and reproductive health in low and middle-income countries: A systematic review to identify barriers, facilitators, and range of mHealth solutions. *Reproductive Health*, 18, 9. doi:10.1186/s12978-020-01059-7
14. Olsen, P. S., Plourde, K. F., Lasway, C., & van Praag, E. (2018). Insights from a text messaging-based sexual and reproductive health information program in Tanzania (m4RH): Retrospective analysis. *JMIR mHealth and uHealth*, 6(11), e10190. doi:10.2196/10190
15. Love Matters Arabic. (2020). *The power of pleasure*. RNW Media. <https://www.rnw.org/latest/the-power-of-pleasure>
16. UNICEF East Asia and Pacific. (2019). *The opportunity for digital sexuality education in East Asia and the Pacific*. UNICEF. <https://www.unicef.org/eap/media/4131/file/Digital%20Sexuality%20Education%20in%20East%20Asia%20and%20the%20Pacific.pdf>
17. Guerrero, F., Lucar, N., Garvich Claux, M., Chiappe, M., Perez-Lu, J., Hindin, M. J., Gonsalves, L., & Bayer, A. M. (2020). Developing an SMS text message intervention on sexual and reproductive health with adolescents and youth in Peru. *Reproductive Health*, 17(1), 1-116. doi:10.1186/s12978-020-00943-6
18. Novella, A. (October 27, 2020) *Social listening: Leveraging technology to amplify consumer voice*. (2020). Social Listening and Monitoring for Informing SBC Programs, online. <https://springboardforsbc.org/networks/events/43210>
19. Jolly, S., Oosterhoff, P., Faith, B., Braeken, D., & Shephard, K. (2020). A review of the evidence: Sexuality education for young people in digital spaces [program and meeting document]. UNESCO UNESDOC Digital Library. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373885>
20. Beveridge, C. (2022, January 13). What is user-generated content? And why is it important? *Hootsuite*. <https://blog.hootsuite.com/user-generated-content-ugc>
21. Muller, C. & de Vasconcelos Aguiar, J. P. (2022, March 3). What is the digital divide? *Internet Society*. https://www.internetsociety.org/blog/2022/03/what-is-the-digital-divide/?gclid=Cj0KCOjwmPSSBhCNARIsAH3cYgaSS_CE-CiorqqMZHwjKx0zrGB1GAUuLQr97v6VYbq-Aco4zXn-H7eLlaAjZ2EALw_wcB
22. Quilt.ai. (2020, July 16). Young people's attitudes towards family planning in north India. *Medium*. <https://medium.com/quilt-ai/young-peoples-attitudes-towards-family-planning-in-north-india-33c8b5a3e0ff>

Remerciements

Les auteurs tiennent à manifester leur gratitude aux informateurs clés et aux répondants de l'enquête pour le temps et l'énergie qu'ils ont consacrés à ce projet. Leurs points de vue sont inestimables.

L'élaboration de ce dossier technique a été rendue possible grâce au soutien généreux du peuple américain à travers l'Agence des États-Unis pour le Développement international (USAID). Le contenu du document relève de la responsabilité de Breakthrough ACTION et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du Gouvernement des États-Unis.

Aller à la rencontre des jeunes là où ils se trouvent (de plus en plus) : Cinq recommandations pour atteindre les jeunes sur la contraception et la santé reproductive grâce aux technologies numériques

