



MINISTÈRE DE LA SANTÉ PUBLIQUE,
HYGIÈNE ET PREVENTION

PROGRAMME NATIONAL DE SANTÉ
DES ADOLESCENTS



Guide des messages

sur la Santé et Hygiène
menstruelle en RDC

Octobre 2024



USAID
DU PEUPLE AMERICAIN



Elizabeth Glaser
Pediatric AIDS Foundation
Fighting for an AIDS-free generation

Breakthrough
ACTION
FAIRE AVANCER LE CHANGEMENT
SOCIAL ET DE COMPORTEMENT

La réalisation de ce "Guide de messages sur la Santé et Hygiène Menstruelle (SHM)" a été rendue possible grâce au soutien généreux du peuple américain, par le biais de l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID-RDC), dans le cadre de l'Accord Coopératif No. #AID-OAA-A-17-00017, adjugé à travers le Projet Breakthrough ACTION, mis en œuvre par l'Université Johns Hopkins.

Les opinions exprimées dans ce guide sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'Agence des États-Unis pour le Développement International ou du Gouvernement de la République Démocratique du Congo.

Ce plan a été finalisé et validé en Octobre 2024.

Citation recommandée :

Citation recommandée : Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévoyance Sociale, République Démocratique du Congo, **Guide de messages sur la Santé et Hygiène Menstruelle 2024**, Kinshasa 2024, Breakthrough ACTION-RDC.

Acronyme recommandée : GM-SHM 2024

Contacts :

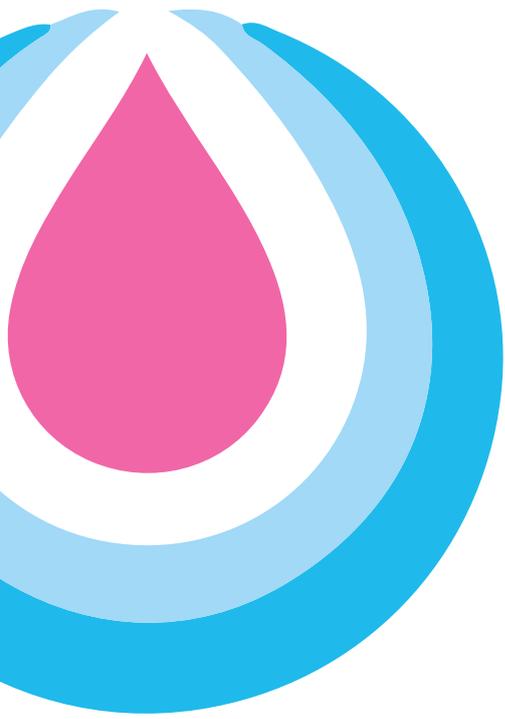
PNSA - RDC

1252, Av. Bangala, C. Kintambo (Réf : Maternité de Kintambo), Kinshasa, RDC.
Tél. : +243 898 940 247
mbadufidele53@gmail.com

Breakthrough ACTION - RDC

4, Avenue des Citronniers, Kinshasa Gombe
Tél. : +243 844 593 460
dkangud1@jhu.edu
<https://ccp.jhu.edu/projects/breakthrough-action/>

Facilitateur : Grace NZOLO, MScst
Expert en Communication



Guide des messages

sur la Santé et Hygiène
menstruelle en RDC

Octobre 2024



Préface

La Santé et Hygiène menstruelle (SHM) est un enjeu fondamental de santé publique et de dignité pour les jeunes filles en République Démocratique du Congo. Ce guide des messages s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre du Plan Stratégique National de Communication pour le Changement Social et Comportemental sur la SHM. Il représente un outil essentiel pour sensibiliser et encourager des pratiques d'hygiène menstruelle saines et adaptées, contribuant ainsi à l'amélioration de la santé des jeunes filles et à leur épanouissement dans un environnement favorable

Ce guide s'aligne pleinement avec notre engagement pour la couverture santé universelle (CSU). En offrant des messages clairs et adaptés, il vise à garantir que chaque fille en RDC puisse accéder à une information fiable et à un soutien communautaire pour gérer son hygiène menstruelle dans la dignité. La CSU ne se limite pas à l'accès aux soins médicaux, mais englobe aussi les efforts pour assurer que toutes les filles puissent bénéficier des infrastructures et des ressources nécessaires pour une bonne hygiène.

Je tiens à remercier tous ceux qui ont contribué à l'élaboration de ce document. J'encourage son utilisation à large échelle pour favoriser un changement durable et améliorer la santé de nos jeunes filles.

Dr YUMA RAMAZANI Sylvain,
Secrétaire Général à la Santé Publique,
Hygiène et Prévoyance sociale.



Remerciement

Le Programme National de Santé des Adolescents (PNSA) exprime sa profonde gratitude à toutes les parties prenantes qui ont contribué à l'élaboration de ce Guide des messages sur la SHM. Ce document est le fruit d'une collaboration entre experts, représentants des communautés, partenaires techniques et financiers, ainsi que les autorités sanitaires.

Je remercie particulièrement l'USAID, à travers ces projets Breakthrough ACTION et IHAP pour leur soutien technique et financier. Mes sincères remerciements vont également aux organisations de la société civile et aux experts du PNSA pour leur engagement dans ce processus.

Un remerciement spécial à notre facilitateur, M. Grace Nzolo, pour son professionnalisme et son dévouement tout au long de l'élaboration de ce guide. Ce document constitue une avancée majeure dans nos efforts pour améliorer la gestion de l'hygiène menstruelle en RDC.

MBADU MUANDA Fidèle,
Directeur du Programme national
de santé des adolescents (PNSA)

Abréviations et sigles

APA	: Autorités Politico-Administratives
AS	: Aires de Santé
ASS	: Afrique subsaharienne
ASSP	: Appui aux Soins de Santé Primaires
ATR	: Accidents de Trafic Routier
CAP	: Connaissances, Attitudes et Pratiques
BA	: Breakthrough ACTION (Projet de USAID pour CSC)
CCSC	: Communication pour le changement social et de comportement
CS	: Centre de santé
CRS	: Catholic Relief service
CSC	: Changement social et de comportement
DGOGSS	: Direction Générale Organisation et Gestion de Services de Soins de Santé
DHIS II	: District Health Information System II
DHSP	: Direction Hygiène et Salubrité Publique
DPS	: Division Provinciale de la Santé
ECZS	: Equipe Cadre de la Zone de Santé
EDS	: Enquête Démographique et Sanitaire
ESS	: Etablissement de soin de santé
DESS	: Direction d'enseignement de science de santé
DHSP	: Direction Hygiène et Salubrité Publique
FNUAP	: Fonds des Nations Unies pour la Population
GEAS	: Global Early Adolescents Study
SHM	: Gestion de l'Hygiène Menstruelle
IEC/CCC	: Information Education et Communication / Communication pour le Changement de Comportement
SHM	: Santé et hygiènemenstruelle
HGR	: Hôpital Général de Référence
HM	: Hygiène menstruelle
INS	: Institut National des Statistiques
IPS	: Inspection Provinciale de la Santé

IHAP	: Integrate HIV/Aids Project
IYAFP	: International Youth Alliance For Family Planning
JHU CCP	: Centre de Programme Communication de l'Université John Hopkins
MEPST	: Ministère de l'Enseignement Primaire, Secondaire et Technique
MICS	: Multiple Indicators Cluster Survey
NTIC	: Nouvelles Technologies d'Information et de Communication
ODD	: Objectifs de Développement Durable
OMD	: Objectifs du Millénaire pour le Développement
OMS	: Organisation Mondiale de la Santé
PCA	: Paquet Complémentaire d'Activités
PEC	: Prise En Charge
PF	: Planification Familiale
PMA	: Paquet Minimum d'Activités
PDDS	: Plan Directeur de Développement Sanitaire
PNCPS	: Programme National de Communication et de Promotion de la Santé
PNDS-PF	: Plan National de Développement Sanitaire et Prévoyance Sociale
PNS	: Politique Nationale de la Santé
PNSA	: Programme National de la Santé de l'Adolescent
PNSR	: Programme National de la Santé de Reproduction
PNUD	: Programme des Nations Unies pour le Développement
PTF	: Partenaire Technique et Financier
RDC	: République Démocratique du Congo
SHM	: Santé et Hygiène Menstruelle
SSAAJ	: Services de Santé Adaptés aux Adolescents et Jeunes
SSR	: Santé Sexuelle et Reproductive
TdC	: Théorie de Changement
UNICEF	: United Nations International Children's Emergency Fund
USAID	: United State Agency for International Development
VAD	: Visite à domicile
VIH/SIDA	: Virus de l'Immunodéficience Humaine / Syndrome de l'Immunodéficience acquise
ZS	: Zones de Santé

Table des matières

Préface	4
Remerciements	5



Chapitre 1. **Introduction** _____ **13**

1.1. Aperçu sur la santé et hygiène menstruelle	13
1.2. Objectifs du guide des messages	14
1.3. Publics cibles du guide	15
1.4. Méthodologie d'élaboration du guide	15
1.5. Structure du guide	15



Chapitre 2. **Alignement du guide des messages au plan stratégique national de communication CSC** _____ **17**

2.1. Quatre axes stratégiques	17
2.2. Fondement théorique	19
2.3. Théorie de changement	20
2.4. Cibles prioritaires	21



Chapitre 3. **Les messages** _____ **24**

3.1. Élaboration des messages	24
3.2. Messages par axes stratégiques	26
3.3. Messages par cibles prioritaires	29
3.4. Indications sur les messages en fonction des cibles et des axes	__



Chapitre 4. **La boîte à images : messages clés et fiche technique d'utilisation** _____

4.1. Les messages clés	_____
4.2. Comment animer avec une boîte à images	_____



Chapitre 5. **Recommandations d'utilisation des messages** _____

5.1. Adaptation des messages selon les cibles prioritaires	_____
5.2. Approches pour la diffusion des messages	_____

Conclusion _____

Annexe : Théorie de changement _____

Résumé exécutif

Le Guide des messages sur la Santé et l'Hygiène Menstruelle (SHM) a été conçu **pour accompagner** le Plan Stratégique National de Communication pour le Changement Social et Comportemental (CSC) sur la SHM en République Démocratique du Congo, 2025-2029. Il constitue un outil essentiel visant à sensibiliser et éduquer les différents publics sur les bonnes pratiques d'hygiène menstruelle, en vue d'améliorer la santé des jeunes filles et femmes.

Le guide est structuré en **cinq chapitres**. Il débute par une introduction qui contextualise les enjeux de la SHM en RDC et précise les objectifs du guide. Ensuite, il s'aligne sur le plan stratégique national, en expliquant comment les messages sont cohérents avec les **quatre axes stratégiques** du plan : renforcer les connaissances, mobiliser le soutien communautaire, encourager la disponibilité des produits hygiéniques, et améliorer les infrastructures sanitaires.

Les chapitres suivants présentent les messages eux-mêmes, **classés par axes stratégiques et par cibles prioritaires**, notamment les jeunes filles, parents, enseignants, leaders communautaires, et distributeurs de produits hygiéniques. Le guide propose également une **boîte à images**, un outil d'animation interactif pour faciliter la diffusion des messages, ainsi que **des recommandations** pratiques pour adapter les messages aux différents publics.

Ce guide est conçu pour aider les acteurs du changement à promouvoir un environnement favorable à l'hygiène menstruelle, tout en s'assurant que chaque message contribue aux objectifs globaux du plan stratégique.

VISION

Une RDC où toutes les jeunes filles connaissent et pratiquent une hygiène menstruelle adéquate, avec le soutien actif de leur communauté.

Chap 1. INTRODUCTION

1.1. APERCU SUR LA SANTE ET HYGIENE MENSTRUELLE

La santé et l'hygiène menstruelle (SHM) est essentielle au bien-être des filles et des femmes, influençant leur santé, leur dignité et leur inclusion sociale. Une bonne hygiène menstruelle implique l'utilisation de produits hygiéniques appropriés , la gestion correcte des produits usagés, leur élimination dans le respect de l'environnement , et l'adoption de pratiques d'hygiène personnelle comme se laver deux à trois fois par jour .



Ces comportements sont fondamentaux pour garantir une bonne santé menstruelle et permettre aux filles et femmes de participer pleinement à la vie sociale, scolaire et économique, tout en réduisant les risques sanitaires et les situations d'isolement.



Contexte Global

Chaque mois, 1,8 milliard de personnes dans le monde ont leurs règles (Unicef.org, 2024). D'après l'OMS, environ 500 millions de femmes et de filles dans le monde rencontrent des difficultés significatives liées à la gestion de leur menstruation, avec des implications directes sur leur santé et leur participation sociale (OMS, 2021).

Les inégalités de genre, les normes sociales discriminantes, les tabous culturels, la pauvreté et l'absence de services de base tels que des toilettes et des articles d'hygiène sont autant de facteurs expliquant que les besoins en matière de santé et d'hygiène menstruelles ne sont pas toujours satisfaits (Unicef.org).



Contexte Africain

L'absentéisme scolaire lié à la menstruation est une problématique majeure en Afrique subsaharienne, où jusqu'à 20% de l'année scolaire peut être perdu pour certaines

élèves (UNESCO, 2019). Cette situation est exacerbée par un manque d'infrastructures sanitaires adaptées dans les écoles et un déficit d'information, entraînant stress et stigmatisation.

En plus des impacts sur la scolarisation, les menstrues créent aussi des défis d'ordre psychologique. C'est une période de gêne, de honte, de peur et de stress pour la jeune fille. Ceci est en partie dû à un manque d'information et de discussion sur les menstrues et sur la façon de les gérer. Une grande partie des filles n'ont pas entendu parler des règles avant qu'elles ne les aient eues pour la première fois, et beaucoup de filles en ont peur à cause de cela.



Contexte en RDC

En Mai 2018, la RDC a participé à un symposium à Johannesburg en Afrique du Sud qui a porté sur la SHM. Il a été constaté que la question liée à la santé et hygiène menstruelle était encore faiblement prise en compte par les politiques au niveau national. A l'instar des autres pays africains,

la RDC a pris l'engagement de faire de la santé et hygiène menstruelle une des priorités de sa politique de santé publique.

Cependant, des études locales montrent des disparités significatives dans la connaissance et l'accès aux produits hygiéniques entre différentes provinces, avec des taux allant de 92,7% à Kinshasa péri urbain à seulement 17,9% au Nord Kivu en zone de déplacés (Enquête de CRS avec l'appui de l'UNICEF, 2018).

De plus, La persistance de mythes autour de la menstruation continue de marginaliser les filles et les femmes, les empêchant de participer pleinement aux activités sociales et économiques (Etude qualitative du PNSA avec l'appui de IHAP/ USAID, 2022). Selon la même étude, la communauté pense qu'une fille est impure pendant la période de règle et ne peut donc pas préparer la nourriture, ni participer aux activités communautaires. Quant à l'utilisation des produits hygiéniques, cela dépend des moyens dont les filles ou les femmes disposent.

Face à ces défis, le Plan Stratégique National de Communication pour le Changement Social et Comportemental sur la SHM 2025-2028 (PSN-CCSC-SHM) a été élaboré pour fournir une stratégie claire et coordonnée, visant à promouvoir des pratiques d'hygiène menstruelle saines et durables. Ce guide s'inscrit dans cette démarche en offrant des messages clés **pour soutenir la mise en œuvre** du plan stratégique.

1.2. OBJECTIFS DU GUIDE DES MESSAGES

Vision :

une RDC où toutes les jeunes filles connaissent et pratiquent une hygiène menstruelle adéquate, avec le soutien actif de leur communauté.

Objectif du Plan stratégique national de communication :

Augmenter la proportion des jeunes filles pratiquent l'hygiène menstruelle adéquate

Objectif du Guide des messages :

Fournir un recueil structuré et codifié de messages éducatifs, promotionnels et incitatifs, destiné à renforcer les bonnes pratiques de l'hygiène menstruelle.

Le guide vise à :

- Transmettre des **messages** clairs et adaptés à chaque cible prioritaire, tout en prenant en compte les spécificités socioculturelles de chaque groupe.
- Assurer la **cohérence** entre les messages et les objectifs du Plan Stratégique.
- Proposer des **orientations et approches** pratiques pour faciliter l'adaptation et l'utilisation des messages sur le terrain, dans un cadre aligné avec la mise en œuvre du Plan Stratégique.

1.3. Publics cibles du guide

Le guide des messages SHM s'adresse à deux types de publics bien distincts : les utilisateurs du guide et les bénéficiaires finaux des messages.

1.3.1. Les utilisateurs du guide

Les utilisateurs du guide sont ceux qui diffuseront les messages et mettront en œuvre les actions de sensibilisation. Ils incluent :

- Les professionnels de la santé (agents de santé, infirmières, etc.)
- Les enseignants et responsables d'établissements scolaires
- Les responsables communautaires et religieux
- Les associations de jeunes et organisations locales
- Les ONG, partenaires techniques et financiers (PTF)
- Les distributeurs et vendeurs de produits hygiéniques
- Les médias, journalistes et influenceurs.

1.3.2. Les bénéficiaires des messages

Les bénéficiaires des messages sont les groupes visés pour encourager un changement de comportement, notamment :

- Jeunes filles et adolescentes
- Parents et tuteurs
- Enseignants et encadreurs scolaires
- Leaders communautaires et religieux
- Distributeurs de produits hygiéniques
- Autorités locales
- Médias et influenceurs
- Décideurs politiques (députés, sénateurs, ministres)
- Partenaires techniques et financiers (PTF)

1.4. Méthodologie d'élaboration du guide

Le Guide des Messages a été développé en cohérence avec les orientations du Plan Stratégique National de Communication CSC sur la SHM 2025-2029. Chaque message a été codifié en lien avec les produits et résultats attendus, garantissant une parfaite adéquation avec les objectifs stratégiques du plan.

L'élaboration des messages s'est effectuée par des ateliers de travail avec des experts du domaine, suivi de consultations avec des experts en communication, des acteurs communautaires, des ONG et des représentants du gouvernement. Ces échanges ont permis d'adapter les messages aux besoins et contextes locaux.

1.5. Structure du guide

Le guide est organisé en cinq chapitres :

Chapitre 1 : Introduction - Présente le cadre général, les objectifs, les cibles et la méthodologie du guide.

Chapitre 2 : Alignement au Plan Stratégique - Explique la cohérence entre les messages du guide et le Plan Stratégique, avec un focus sur les axes stratégiques et la théorie de changement.

Chapitre 3 : Les Messages par axes stratégiques et cibles prioritaires - Contient les messages classés par objectifs et groupes cibles.

Chapitre 4 : La Boîte à Images - Présente ses messages clés et propose des conseils pour mieux l'utiliser.

Chapitre 5 : Recommandations d'utilisation des messages - Offre des conseils pratiques pour l'adaptation et la diffusion des messages auprès des différents publics.

Chap 2.

ALIGNEMENT DU GUIDE DES MESSAGES AU PLAN STRATEGIQUE NATIONAL DE COMMUNICATION CSC

Ce guide des messages est un outil complémentaire essentiel à la mise en œuvre du Plan Stratégique National de Communication pour le Changement Social et Comportemental (CSC) sur la Santé et l'Hygiène Menstruelle (SHM). Il s'aligne sur les éléments suivants :

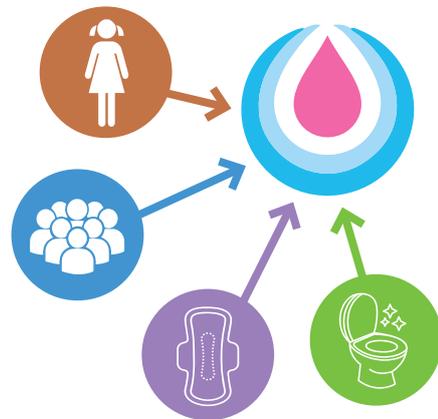
- les quatres axes stratégiques
- Fondement théorique
- Théorie de changement
- Cibles prioritaires



2.1. QUATRE AXES STRATÉGIQUES

Il s'aligne sur les quatre axes principaux définis dans le plan stratégique : renforcer les connaissances, mobiliser le soutien communautaire, encourager la disponibilité des produits hygiéniques et influencer l'amélioration à l'accès aux infrastructures sanitaires :

- Renforcer les **connaissances et attitudes** : Les messages sont conçus pour informer et sensibiliser les jeunes filles et les communautés sur les bonnes pratiques de gestion de l'hygiène menstruelle.
- Mobiliser le **soutien communautaire** : Les parents, leaders communautaires, et institutions locales sont appelés à jouer un rôle actif dans l'éducation et le soutien des jeunes filles.
- Encourager la **disponibilité des produits hygiéniques** : Les messages visent à promouvoir l'accès aux produits hygiéniques, en sensibilisant les autorités et distributeurs à leur disponibilité et accessibilité.
- Influencer l'amélioration des **infrastructures sanitaires** : La sensibilisation des autorités locales et des écoles à l'importance d'infrastructures adaptées, telles que des toilettes séparées et l'accès à l'eau potable, est encouragée.



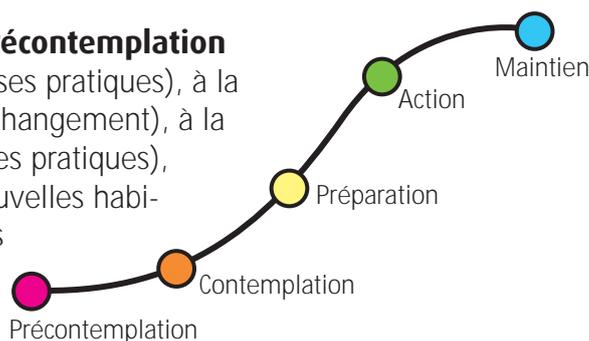
Ces axes visent à structurer les actions et à cibler efficacement chaque groupe prioritaire afin de maximiser l'impact du plan. Le guide fournit des messages spécifiques à chaque cible, selon les étapes de la théorie de changement, tout en s'assurant que les objectifs du plan sont respectés.

2.2. FONDEMENT THÉORIQUE

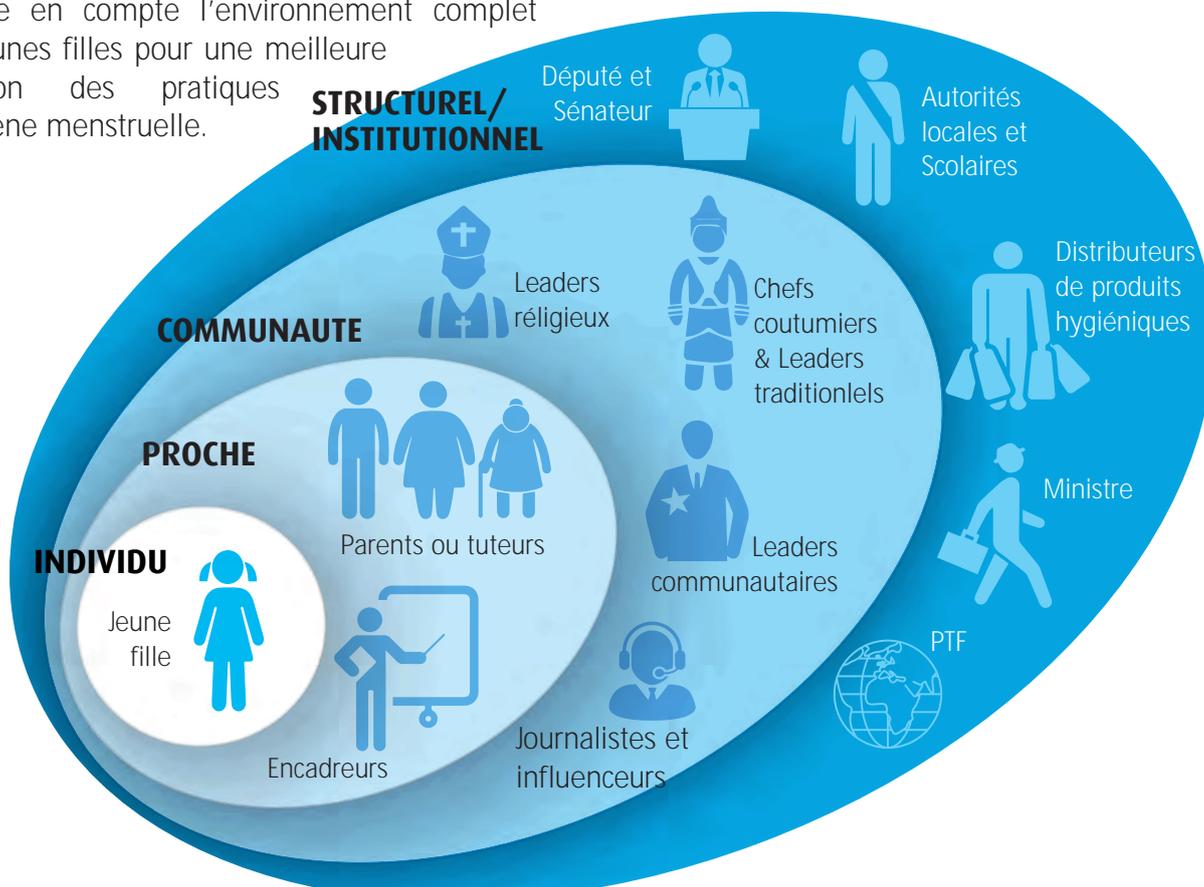
Le guide des messages repose sur des bases théoriques solides, qui soutiennent la stratégie de communication SHM. Ces modèles permettent de structurer les interventions, de mieux comprendre les comportements et d'adapter les messages aux besoins spécifiques des différents groupes.

Modèle de changement de comportement individuel : proposé à la fin des années 1970, ce modèle psychosocial est également appelé "modèle transthéorique du changement". Il explique les 5 étapes par lesquelles une personne passe pour adopter un nouveau comportement, notamment en matière d'hygiène menstruelle.

Les messages sont adaptés à chaque étape : de la **précontemplation** (quand la jeune fille ne pense pas encore à changer ses pratiques), à la **contemplation** (où elle commence à envisager un changement), à la **préparation**, à l'**action** (lorsqu'elle adopte les bonnes pratiques), puis au **maintien** (lorsqu'elle persévère dans ses nouvelles habitudes). Ce modèle aide à guider les jeunes filles dans leur apprentissage progressif des pratiques d'hygiène menstruelle saines.



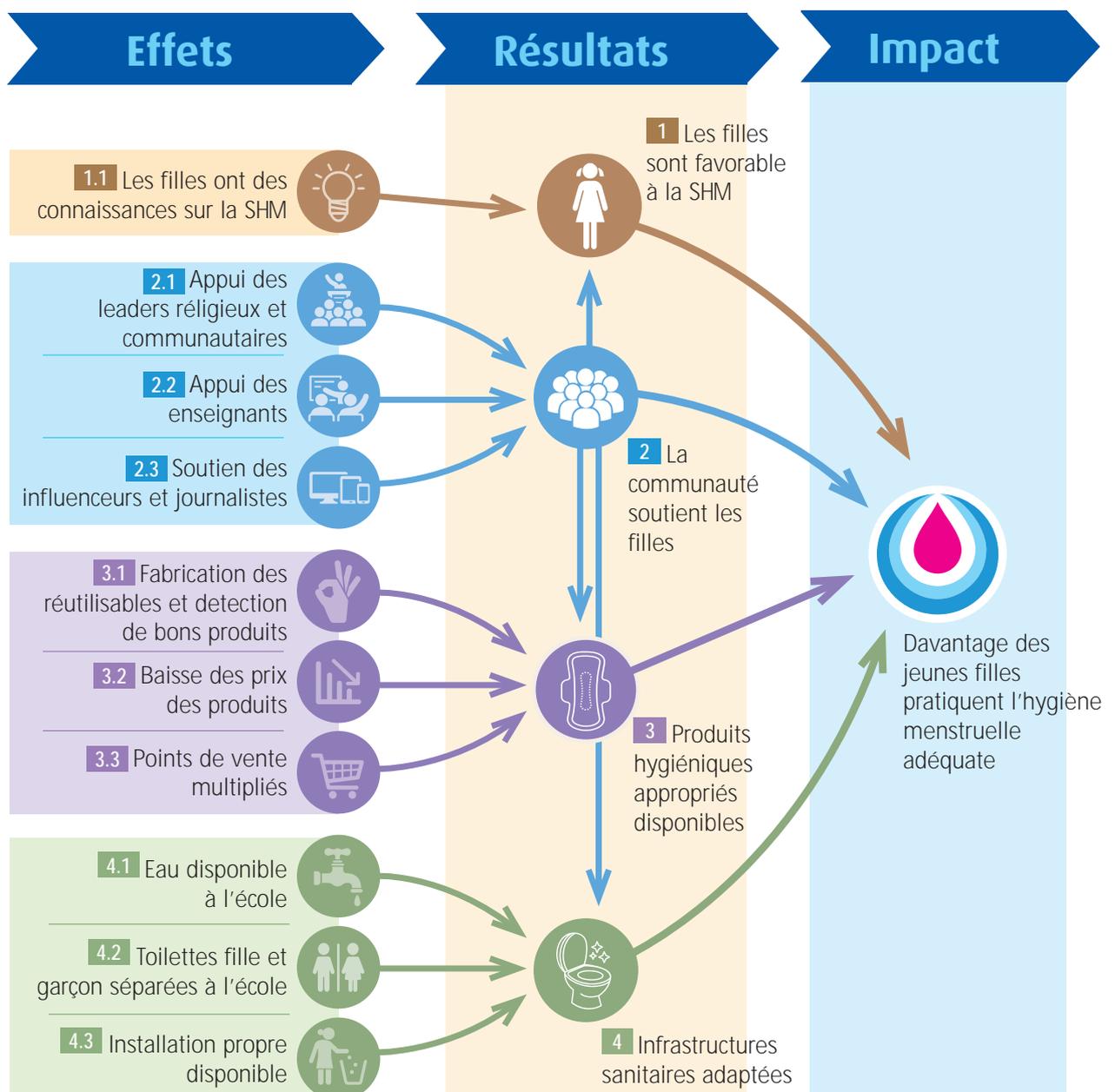
Modèle socioécologique : Ce modèle permet d'analyser les influences à différents niveaux : individuel, familial, communautaire et institutionnel. Le guide des messages s'aligne sur ce modèle en adressant chaque niveau avec des messages spécifiques. Par exemple, les messages pour les jeunes filles visent à renforcer les pratiques individuelles d'hygiène menstruelle, tandis que les messages pour les parents, enseignants, et autorités locales visent à soutenir ces pratiques en créant un environnement favorable. L'intégration de ce modèle permet de prendre en compte l'environnement complet des jeunes filles pour une meilleure adoption des pratiques d'hygiène menstruelle.



2.3. THEORIE DE CHANGEMENT

La théorie de changement (TdC) utilisée dans ce guide est directement alignée avec celle du Plan Stratégique National de Communication CSC sur la Santé et l'Hygiène Menstruelle. Elle sert de cadre logique pour structurer les actions et suivre les résultats attendus. La TdC se décline en cinq niveaux : Impact, Résultat, Effets, Produits et Activités. Dans cette section, nous présentons un aperçu des trois premiers niveaux (Impact, Résultat, et Effets), tandis que le schéma complet détaillant les cinq niveaux sera disponible en annexe.

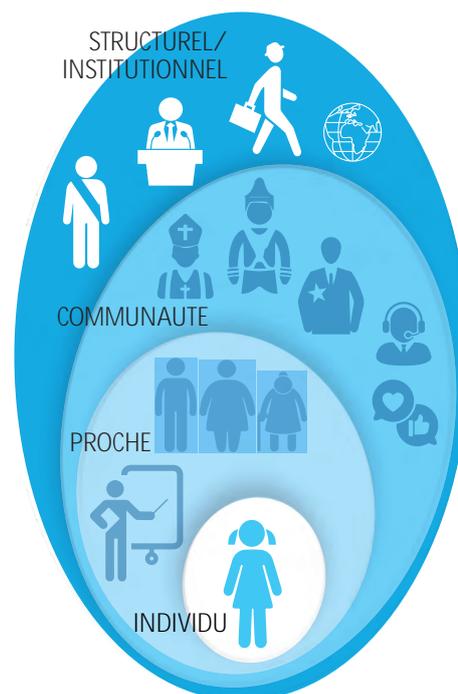
Chaque message du guide est codifié en lien direct avec les produits de la TdC du plan stratégique. Le code entre parenthèses à la fin de chaque message correspondra à un produit spécifique de la TdC, assurant une cohérence entre les messages, les objectifs et les interventions. Cette approche permet aux acteurs sur le terrain de relier facilement chaque message aux actions à mener et de suivre l'atteinte des résultats. Les détails complets de cette codification sont également disponibles en annexe, afin de guider les utilisateurs dans la mise en œuvre opérationnelle.



2.4. CIBLES PRIORITAIRES

Le modèle socioécologique, utilisé à la fois dans le Plan Stratégique et dans ce guide, permet d'identifier les groupes qui exercent une influence directe ou indirecte sur les jeunes filles dans la gestion de leur hygiène menstruelle. Ces cibles prioritaires, définies dans le plan stratégique, jouent un rôle essentiel, soit en soutenant, soit en influençant les comportements des jeunes filles.

Chaque groupe cible doit recevoir des messages adaptés à ses particularités et à son influence pour maximiser l'impact des interventions. Cette section présente ces cibles et détaille comment ajuster les messages pour chacun, en cohérence avec les objectifs du Plan Stratégique.



Jeunes filles : Les messages encouragent les jeunes filles à adopter des pratiques d'hygiène menstruelle saines, à utiliser des produits appropriés, et à

surmonter les tabous liés à leurs règles. Ils visent à les informer sur la gestion des menstruations et à renforcer leur confiance en elles.



Enseignants : Ils ont un rôle clé dans l'éducation à l'hygiène menstruelle. Les messages les incitent à intégrer cette thématique

dans les cours et à veiller à ce que les jeunes filles reçoivent les informations et le soutien nécessaires à l'école pour gérer leurs règles en toute sécurité.



Parents et tuteurs : Ils sont invités à parler ouvertement avec leurs filles de l'hygiène menstruelle et à fournir un

soutien moral et matériel. Les messages insistent sur le rôle essentiel des parents dans la transmission des bonnes pratiques et la création d'un environnement favorable à la gestion des règles.



Journalistes et influenceurs

: Ces acteurs des médias ont le pouvoir de diffuser des informations de manière large et de sensibiliser l'opinion publique. Les messages les incitent à parler ouvertement de l'hygiène menstruelle dans leurs plateformes, à briser les tabous et à promouvoir des comportements positifs à travers des reportages, des émissions, et des campagnes médiatiques adaptées.



Leaders communautaires et religieux :

Ils sont appelés à sensibiliser la communauté et à briser les tabous autour de la menstruation, en utilisant leur influence pour promouvoir une approche ouverte et positive de la gestion de l'hygiène menstruelle.



Chefs coutumiers et leaders traditionnels :

Ils ont la capacité de modeler les normes sociales et traditionnelles. Les messages visent à les encourager à promouvoir des pratiques respectueuses et à soutenir les jeunes filles dans leur communauté.



Autorités locales et scolaires :

Ces acteurs sont responsables de l'amélioration des infrastructures sanitaires dans les écoles et communautés. Les messages leur rappellent l'importance de mettre en place des toilettes adaptées, séparées pour les filles, et d'assurer un accès à l'eau potable pour faciliter la gestion des règles en toute dignité.



Distributeurs de produits hygiéniques :

Ils sont encouragés à rendre les produits hygiéniques accessibles et abordables.

Les messages visent à sensibiliser les distributeurs à l'importance de garantir un approvisionnement régulier pour répondre aux besoins des jeunes filles.



Ministres : Les ministres, en particulier ceux en charge de la santé, de l'éducation et des infrastructures, sont responsables de la mise en

œuvre des politiques publiques. Les messages insistent sur l'importance de soutenir des initiatives visant à améliorer la gestion de l'hygiène menstruelle à travers des programmes nationaux et des investissements ciblés.



Députés et sénateurs :

Ils jouent un rôle législatif et politique crucial. Les messages visent à les encourager à soutenir les politiques et lois qui facilitent l'accès aux produits hygiéniques et améliorent les infrastructures sanitaires, pour promouvoir l'égalité des genres et la santé des jeunes filles.



Partenaires techniques et financiers (PTF) :

Les PTF jouent un rôle majeur dans le soutien financier et technique des initiatives liées à la santé et à l'hygiène menstruelle. Les messages les encouragent à aligner leurs actions sur les objectifs du plan stratégique national et à renforcer leurs contributions pour assurer une gestion efficace et durable de l'hygiène menstruelle.

Chaque cible reçoit des messages spécifiques, conçus pour répondre à ses besoins et à ses responsabilités dans la gestion de l'hygiène menstruelle, en tenant compte de leur rôle dans la société et de leur capacité d'influence.

Ce chapitre se concentre sur les messages clés élaborés pour soutenir la mise en œuvre du Plan Stratégique National de Communication CSC sur la Santé et l'Hygiène Menstruelle. Après avoir établi les bases théoriques et l'alignement avec le plan stratégique dans le chapitre précédent, nous présentons ici les messages spécifiques, classés par axes stratégiques et par cibles prioritaires. Avant tout, abordons d'abord comment les messages ont été élaborés.

3.1. ELABORATION DES MESSAGES

Définition : Un message est une communication brève et ciblée, visant à informer ou sensibiliser un public précis sur un thème spécifique. Au cœur du processus de communication, les messages doivent non seulement transmettre une information, mais aussi inciter à une action concrète.

Formuler un bon message : Un bon message pour changer le comportement doit

- **Cibler clairement le public :** Qui doit agir ? Le message doit être adressé directement à son audience. Exemple : « Mamans, parlez à vos filles de l'hygiène menstruelle. »
- **Être précis sur l'action à mener :** Que faire et comment ? L'action doit être simple et claire. Exemple : « Demandez à l'école de garantir des toilettes propres et adaptées. »
- **Montrer le bénéfique :** Pourquoi agir ? Le public doit comprendre l'avantage à tirer de l'action. Exemple : « Pour que votre fille se sente à l'aise pendant ses règles. »

Processus d'élaboration :

Les messages contenus dans ce guide ont été élaborés à partir des objectifs définis dans le Plan Stratégique National de Communication CSC sur la SHM. Ils sont spécifiquement conçus pour cibler les différents **groupes prioritaires** à chaque niveau du modèle socioécologique (individuel, familial, communautaire et institutionnel), tout en s'alignant sur les **quatre axes stratégiques** :  renforcer les connaissances,  mobiliser le soutien communautaire,  encourager la disponibilité des produits hygiéniques, et  améliorer l'accès aux infrastructures sanitaires.

Chaque message est **codifié** pour correspondre aux produits et résultats attendus dans la Théorie de Changement du plan stratégique. Cela garantit une cohérence avec les objectifs globaux, tout en facilitant le suivi et l'évaluation des impacts.:

Ainsi, les messages de ce guide servent à la fois de modèles et de références pour les acteurs impliqués dans la mise en œuvre du plan, leur permettant de les adapter selon les besoins locaux tout en respectant la structure de la communication stratégique.

3.2. MESSAGES PAR AXES STRATÉGIQUES

Cette section présente les messages clés, classés selon les quatre axes stratégiques du plan..



Axe 1 :
Renforcement des
connaissances et attitudes
des jeunes filles sur la SHM

Jeunes filles : “Je gère mes règles avec des produits hygiéniques adaptés et je me lave régulièrement pour me sentir à l’aise.” (1.1.5)

Jeunes filles : “Je choisis des protections hygiéniques qui me conviennent et j’apprends à bien les utiliser pour être protégée toute la journée.” (3.1.1)

Jeunes filles : “Je peux participer à toutes les activités scolaires et sociales, même pendant mes règles, grâce à une bonne gestion de mon hygiène menstruelle.” (1.1.6)

Jeunes filles : “Je sais comment jeter mes serviettes usagées de façon respectueuse pour l’environnement. C’est important pour moi et ma communauté.” (4.3.1)

Ces messages visent à renforcer l’autonomie des jeunes filles en leur donnant les connaissances nécessaires pour gérer leurs règles efficacement et sans honte. Ils s’inscrivent dans des actions de formation et de sensibilisation à l’école et dans les communautés.



Utiliser le produit approprié



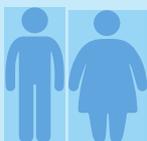
Gérer et éliminer correctement ce produit utilisé



Se laver



Axe 2 : Mobilisation du soutien communautaire



Parents : “Je soutiens ma fille en lui fournissant des informations claires et des produits adaptés pour qu'elle puisse gérer son hygiène menstruelle en toute sérénité.” (2.1.3)



Parents : “Je parle ouvertement de l'hygiène menstruelle avec mes filles pour qu'elles aient les bonnes informations et soient à l'aise avec leurs règles.” (2.1.3)



Parents : “Je m'assure que les écoles de ma communauté disposent de toilettes adaptées pour les jeunes filles, afin qu'elles puissent gérer leurs règles dans de bonnes conditions.” (4.2.1)



Leaders communautaires : “Je sensibilise les parents et les autres leaders à l'importance de parler des règles pour que nos filles soient bien informées et protégées.” (2.1.2)



Enseignants : “Je veille à ce que les cours sur l'hygiène menstruelle soient bien enseignés et que les filles reçoivent les informations nécessaires pour bien gérer leurs règles.” (1.1.3)



Leader religieux : “Je participe à briser les tabous autour des règles afin que les filles soient respectées et soutenues dans ma communauté.” (2.1.1)



Chef coutumier et leader traditionnel : “Je m'assure que les traditions de ma communauté respectent et soutiennent les jeunes filles pendant leurs règles, en encourageant les bonnes pratiques d'hygiène menstruelle.” (2.1.2)



Journaliste et médias : “Je diffuse des informations fiables sur l'hygiène menstruelle pour éduquer le public et aider à briser les tabous qui entourent les règles.” (2.3.1)



Influenceur et blogueur : “Je crée du contenu engageant pour parler ouvertement de l'hygiène menstruelle, afin de sensibiliser les jeunes et normaliser le dialogue autour des règles.” (2.3.1)

L'objectif est d'engager activement les parents, enseignants, leaders communautaires, chefs coutumiers, leaders religieux, journalistes et influenceurs dans la gestion de l'hygiène menstruelle des jeunes filles.

Ces messages visent à briser les tabous, à normaliser les discussions autour des règles et à garantir un soutien communautaire fort. Ils s'appuient sur des actions de mobilisation communautaire, de plaidoyer et de sensibilisation via les médias.



Axe 3 : Encouragement de la **disponibilité des produits hygiéniques**



Distributeurs et vendeurs :

“Je veille à ce que les produits hygiéniques soient toujours disponibles et abordables pour toutes les jeunes filles, afin qu’elles puissent gérer leurs règles en toute tranquillité.” (3.2.1)



Autorités locales :

“Je collabore avec les acteurs du secteur pour garantir l’accès à des produits hygiéniques de qualité, afin d’améliorer la santé des jeunes filles dans ma communauté.” (3.3.1)



Parent : “Je m’assure que ma fille ait des produits hygiéniques adaptés pour gérer ses règles en toute sécurité.” (3.1.1)



Jeunes filles : “Je choisis des produits hygiéniques adaptés à mes besoins et je sais où les trouver pour être toujours préparée.” (3.1.1)



Jeunes filles : “Je fabrique des serviettes réutilisables pour pouvoir les utiliser plusieurs fois, c’est pratique et économique !” (3.1.1)



Autorité d’école : “Je m’assure que des produits hygiéniques sont disponibles dans mon école pour que les jeunes filles puissent gérer leurs règles en toute sérénité.” (3.3.1)



Leaders communautaires :

“Je sensibilise les familles et la communauté à l’importance de rendre les produits hygiéniques accessibles, afin de soutenir les filles dans la gestion de leur hygiène menstruelle.” (2.1.1)



Ministre : “Je mets en place des politiques pour encourager la disponibilité et l’accessibilité des produits hygiéniques dans tout le pays, afin de garantir que chaque jeune fille congolaise puisse en bénéficier.” (3.2.1)



Député et Sénateur :

“Je soutiens les initiatives législatives qui visent à rendre les produits hygiéniques accessibles et abordables, pour promouvoir l’égalité des chances et la santé des jeunes congolaises.” (3.2.1)

Ces messages incitent les distributeurs, autorités locales, leaders communautaires, autorités scolaires, ministres, députés et sénateurs à jouer un rôle actif dans l’amélioration de l’accès aux produits hygiéniques de qualité.

L’objectif est de garantir une disponibilité accrue des produits dans les écoles et les communautés, en facilitant leur accessibilité pour toutes les jeunes filles. Ils s’appuient sur des actions de sensibilisation et de plaidoyer pour renforcer la demande et encourager une meilleure distribution des produits



Axe 4 : Promotion de **l'amélioration des infrastructures sanitaires**



Jeunes filles :

"Je demande à mon école d'avoir des toilettes propres et séparées pour les filles, et un accès à l'eau potable, pour gérer mes règles en toute sécurité et dignité." (4.2.1, 4.1.1)



Parents et tuteurs :

"Je veille à ce que ma fille ait accès à de l'eau potable et à des installations sanitaires propres à la maison et à l'école, pour qu'elle puisse maintenir une bonne hygiène menstruelle." (4.3.1, 4.1.1)



Leaders communautaires :

"Je sensibilise les membres de ma communauté sur l'importance d'améliorer les infrastructures sanitaires et l'accès à l'eau potable, pour créer un environnement sain pour tous, notamment pour les jeunes filles durant leurs règles." (4.1.1, 4.2.1)



Leader religieux :

"Je sensibilise ma communauté pour soutenir l'amélioration des infrastructures sanitaires et l'accès à l'eau potable dans les écoles, pour assurer le bien-être et la sécurité des jeunes filles." (4.2.1, 4.1.1)



Autorité d'école : "Je m'assure que mon établissement dispose de toilettes adaptées, séparées pour les filles, et que l'eau potable est toujours disponible, afin de garantir leur bien-être et leur hygiène." (4.2.1, 4.1.1)



Autorités locales :

"Je veille à ce que ma communauté dispose d'un accès constant à l'eau potable et d'infrastructures sanitaires

améliorées, pour garantir la santé et l'hygiène de tous, en particulier des jeunes filles, et ainsi favoriser leur bien-être et leur participation active à la vie sociale." (4.1.1, 4.2.1)



Ministre : "Je mets en place des politiques pour encourager la construction et l'entretien d'infrastructures

sanitaires adaptées dans les écoles, avec un accès permanent à l'eau potable, pour offrir un environnement sûr aux jeunes filles." (4.2.1, 4.1.1)



Député et Sénateur :

"Je soutiens les initiatives et les législations visant à garantir l'accès à l'eau potable et à des infrastructures sanitaires de qualité dans toutes les communautés, afin d'améliorer la santé publique de notre pays." (4.1.1, 4.2.1)

Ces messages visent à sensibiliser les autorités scolaires, les parents, les leaders communautaires, les ministres, les députés, les sénateurs à agir pour le bénéfice de toute la communauté en matière d'accès à l'eau potable et d'infrastructures sanitaires, tout en soutenant spécifiquement les jeunes filles dans la gestion de leur hygiène menstruelle.

En ciblant non seulement les écoles mais aussi l'ensemble de la communauté, ces messages soulignent l'importance d'améliorer les conditions de vie pour tous, afin de promouvoir la santé et le bien-être global.

Les messages par axes stratégiques sont conçus pour s'assurer que toutes les parties prenantes jouent un rôle dans la promotion de l'hygiène menstruelle. Ils sont alignés avec les produits et résultats attendus de la théorie de changement et seront renforcés à travers des canaux de communication variés pour garantir un impact maximal.

3.3. MESSAGES PAR CIBLES PRIORITAIRES

Cette section présente les messages éducatifs et promotionnels classés par cibles prioritaires, en fonction des quatre axes stratégiques. L'objectif est d'adapter les messages en fonction du rôle de chaque groupe dans la promotion de la bonne gestion de l'hygiène menstruelle. Chaque message est relié aux produits définis dans la théorie de changement (TdC), garantissant une cohérence entre les actions à mener et les objectifs du plan.



Jeunes
filles

Les messages pour les jeunes filles visent à renforcer leurs connaissances et leur confiance, tout en encourageant l'adoption de comportements hygiéniques adaptés durant leurs règles.



"Je gère mes règles avec des produits hygiéniques adaptés et je me lave régulièrement pour me sentir à l'aise." (1.1.5)



"Je peux participer à toutes les activités scolaires et sociales, même pendant mes règles, grâce à une bonne gestion de mon hygiène menstruelle." (1.1.6)



"Je choisis des produits hygiéniques adaptés à mes besoins et les jette correctement après usage." (3.1.1, 4.3.1)



"Je connais les bonnes pratiques pour éliminer les produits hygiéniques usagés dans le respect de l'environnement." (4.3.1)



"Je demande à mon école d'avoir des toilettes propres et séparées pour les filles, et un accès à l'eau potable, pour gérer mes règles en toute sécurité et dignité." (4.2.1, 4.1.1)



Parents et
tuteurs

Les parents jouent un rôle essentiel dans l'éducation des filles sur l'hygiène menstruelle et le soutien à leurs besoins. Ils peuvent également contribuer à exiger de meilleures infrastructures dans les écoles.



"Je parle à ma fille de l'hygiène menstruelle sans gêne et je m'assure qu'elle ait accès à de bonnes informations." (2.1.3)



"Je m'assure que ma fille ait des produits hygiéniques adaptés pour gérer ses règles en toute sécurité." (3.1.1)



"Je veille à ce que ma fille ait accès à de l'eau potable et à des installations sanitaires propres à la maison et à l'école, pour qu'elle puisse maintenir une bonne hygiène menstruelle." (4.3.1, 4.1.1)



"Je participe à sensibiliser d'autres parents sur l'importance de parler de l'hygiène menstruelle avec nos filles." (2.1.2, 2.1.3)



"Je m'engage à demander à l'école de meilleures infrastructures sanitaires pour ma fille et ses camarades." (4.1.1, 4.2.1)



Enseignants et encadreurs

Les enseignants ont un rôle clé dans l'éducation des filles sur l'hygiène menstruelle. Ils doivent intégrer cette thématique dans leur enseignement et contribuer à créer un environnement sûr pour les filles.



"Je veille à ce que les cours sur l'hygiène menstruelle soient bien enseignés et que les filles reçoivent les informations nécessaires pour bien gérer leurs règles." (1.1.3)



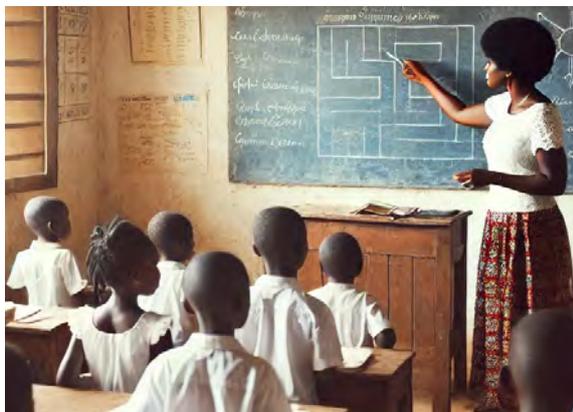
"Je crée un environnement où mes élèves, filles et garçons, peuvent parler des règles sans honte. J'interdit aux garçons de se moquer des filles qui ont taché leurs jupes" (1.1.7)



"Je veille à ce que les filles de mon école aient accès à des infrastructures adaptées pour gérer leurs règles." (4.2.1)



"J'intègre dans mes cours les informations sur les produits hygiéniques et les bonnes pratiques pour leur gestion." (1.1.4)



Leaders communautaires et religieux

Ces leaders ont une influence importante sur la perception et le comportement de la communauté. Ils doivent soutenir activement la promotion de l'hygiène menstruelle, briser les tabous, et encourager l'adoption de comportements positifs.



"Je participe à briser les tabous autour des règles afin que les filles soient respectées et soutenues dans ma communauté." (2.1.1)



"Je m'assure que les traditions de ma communauté respectent et soutiennent les jeunes filles pendant leurs règles, en encourageant les bonnes pratiques d'hygiène menstruelle." (2.1.2)



"J'encourage les familles et les écoles à parler ouvertement de l'hygiène menstruelle pour éduquer et protéger nos filles." (2.1.1)



"Je soutiens l'amélioration des infrastructures sanitaires et l'accès à l'eau potable dans les écoles, pour assurer le bien-être et la sécurité des jeunes filles." (4.2.1, 4.1.1)



"Je mobilise les ressources locales pour soutenir des initiatives visant à améliorer l'accès des filles à des produits hygiéniques et à des infrastructures sanitaires adaptées." (2.1.2, 4.1.1)



Décideurs politiques et autorités locales

Les décideurs politiques et les autorités locales peuvent jouer un rôle décisif dans la mise en place de politiques et de structures favorisant l'accès à des produits hygiéniques abordables et à des infrastructures sanitaires adaptées.

 "Je m'engage à garantir la disponibilité de produits hygiéniques à des prix abordables pour toutes les jeunes filles." (3.2.1)

 "Je soutiens la construction de toilettes séparées dans toutes les écoles, pour permettre aux filles de gérer leurs règles en toute dignité." (4.2.1)

 "Je m'assure que l'accès à l'eau potable soit garanti dans les écoles pour faciliter la gestion de l'hygiène menstruelle." (4.1.1)

  "Je m'engage à adopter des politiques publiques visant à améliorer l'accès aux produits hygiéniques de qualité et à renforcer les infrastructures sanitaires." (3.2.1, 4.1.1)



Les journalistes et influenceurs

Les journalistes et influenceurs sont des relais essentiels pour diffuser des informations fiables sur l'hygiène menstruelle et sensibiliser l'ensemble de la population.

 "Je diffuse des informations fiables sur l'hygiène menstruelle pour éduquer le public et aider à briser les tabous qui entourent les règles." (2.3.1)

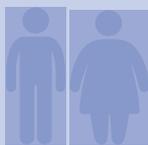
 "Je crée du contenu engageant pour parler ouvertement de l'hygiène menstruelle, afin de sensibiliser les jeunes et normaliser le dialogue autour des règles." (2.3.1)



Les messages présentés dans cette section offrent un cadre de référence essentiel pour adapter la communication selon les cibles prioritaires identifiées. Bien qu'ils ne soient pas exhaustifs, ils peuvent servir de modèle pour élaborer d'autres messages adaptés aux spécificités locales et contextuelles.

La prochaine section, "Indications sur les Messages en fonction des cibles et des axes", propose une matrice offrant des exemples supplémentaires et des orientations pour renforcer la diffusion des messages selon les différents axes stratégiques et cibles.

3.4. Indications sur les Messages en fonction des cibles et des axes

Cibles	Axe 1 : Renforcement connaissances et attitudes	Axe 2 : Mobilisation communautaire	Axe 3 : Disponibilité des produits hygiéniques	Axe 4 : Amélioration des infrastructures sanitaires
Jeune fille 	Informe-toi sur les bonnes pratiques de la SHM. (1.1.1)	Discute de la SHM avec tes amies pour les sensibiliser. (2.1.2)	Choisis des produits hygiéniques adaptés à tes besoins. Apprends à fabriquer tes serviettes réutilisables (3.1.1)	Exige des toilettes séparées et propres dans ton école. (4.2.1)
Parent 	Parle ouvertement de la SHM avec ta fille pour la guider. (1.1.7)	Soutiens ta fille en lui fournissant des informations fiables. (2.1.3)	Aide ta fille à obtenir des produits hygiéniques de qualité. (3.1.1)	Demande à l'école des installations sanitaires adaptées. (4.2.1)
Enseignant 	Enseigne les bonnes pratiques de la SHM dans tes cours. (1.1.3)	Encourage le respect mutuel entre filles et garçons, et sensibilise les garçons sur l'importance de ne pas se moquer des filles pendant leurs règles. (2.1.4)	Apprends aux filles à fabriquer des serviettes réutilisables afin de les rendre plus autonomes dans la gestion de leur hygiène menstruelle" (3.1.1).	Encourage l'utilisation correcte des installations sanitaires. (4.3.1)
Leader communautaire 	Sensibilise les jeunes filles et leurs familles à la SHM. (1.1.6)	Organise des dialogues communautaires sur l'importance de la SHM. (2.1.2)	Encourage l'achat de produits hygiéniques dans ta communauté. (3.3.1)	Promeut la création d'infrastructures sanitaires adéquates. (4.2.1)
Leader religieux 	Parle ouvertement de l'hygiène menstruelle pour lever les tabous dans ta communauté (2.1.1)	Encourage les fidèles à soutenir les filles pendant leur période menstruelle (2.1.1)	Encourage les discussions sur l'importance de l'accès aux produits hygiéniques dans tes sermons (2.1.2)	Sensibilise sur l'importance d'avoir des installations sanitaires adéquates dans les écoles et lieux de culte (2.1.2)

Cibles	Axe 1 : Renforcement connaissances et attitudes	Axe 2 : Mobilisation communautaire	Axe 3 : Disponibilité des produits hygiéniques	Axe 4 : Amélioration des infrastructures sanitaires
Chef coutumier 	Participe aux campagnes d'information sur l'hygiène menstruelle pour éduquer ta communauté (2.1.1)	Soutiens les initiatives locales qui améliorent la gestion des règles pour les filles (2.1.2)	Interviens auprès des autorités pour faciliter l'accès aux produits hygiéniques pour les filles (3.2.1)	Mobilise les autorités locales pour construire des infrastructures sanitaires adaptées aux filles (4.2.1)
Journaliste/ Influenceur 	Informe le public sur les bonnes pratiques de la SHM à travers des émissions et articles. (1.1.6)	Participe activement à des campagnes de sensibilisation pour changer les mentalités sur la SHM. (2.3.1)	Encourage la distribution de produits hygiéniques via tes plateformes. (3.3.1)	Promeut l'importance des infrastructures sanitaires adaptées dans les écoles via des reportages et débats. (4.2.1)
Distributeur 	Diffuse des informations sur les bons produits d'hygiène. (1.1.6)	Collabore avec les communautés pour sensibiliser sur la SHM. (2.1.2)	Rends accessibles des produits hygiéniques abordables. (3.2.1)	Soutiens la mise en place de points d'eau et de toilettes dans les écoles. (4.2.1)
Autorité locale et scolaire 	Soutiens l'intégration de l'éducation à l'hygiène menstruelle dans le programme scolaire (1.1.4)	Encourage et organise des séances de sensibilisation pour les parents et la communauté sur l'hygiène menstruelle (2.1.2)	Facilite la distribution des produits hygiéniques dans les écoles et les centres de santé locaux (3.3.1)	Veille à la construction et l'entretien de toilettes séparées et à l'accès à l'eau potable dans les écoles (4.1.1) (4.2.1)
Député/ Sénateur 	Adopte des lois en faveur de l'éducation à la SHM. (1.1.4)	Sensibilise les communautés à travers des initiatives parlementaires. (2.1.2)	Légifère sur la réduction des taxes pour les produits hygiéniques. (3.2.1)	Vote des budgets pour les infrastructures sanitaires adaptées. (4.2.1)

Cibles	Axe 1 : Renforcement connaissances et attitudes	Axe 2 : Mobilisation communautaire	Axe 3 : Disponibilité des produits hygiéniques	Axe 4 : Amélioration des infrastructures sanitaires
Ministre 	Intègre la SHM dans les programmes éducatifs nationaux. (1.1.4)	Encourage des campagnes nationales de sensibilisation à la SHM. (2.1.2)	Soutiens des mesures pour rendre les produits hygiéniques accessibles. (3.2.1)	Alloue des fonds pour construire et maintenir des toilettes adaptées. (4.2.1)
Partenaire Technique et Financier (PTF) 	Soutiens les programmes d'éducation sur la gestion de l'hygiène menstruelle (1.1.1)	Finances des actions communautaires pour renforcer le soutien des familles et écoles envers les filles (2.1.2)	Appuies des initiatives pour rendre les produits hygiéniques plus accessibles et abordables (3.3.1)	Investis dans la construction et la maintenance d'infrastructures sanitaires adaptées aux écoles (4.1.1)

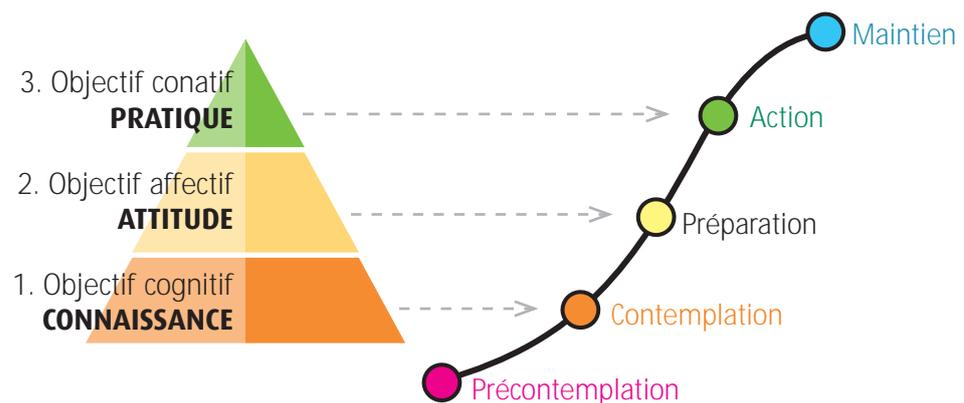


Chap 4. LA BOÎTE À IMAGES : Messages clés et Fiche technique d'utilisation

Après avoir présenté les messages stratégiques dans les chapitres précédents et leur alignement avec le plan stratégique national de communication SHM, ce chapitre se concentre sur un outil clé : la boîte à images. Cet outil pédagogique vise à accompagner le changement de comportement de la cible prioritaire.

En lien avec les messages présentés précédemment, la boîte à images utilise des illustrations simples et engageantes pour renforcer la diffusion des messages, particulièrement dans les contextes où l'information écrite est moins accessible. Elle est destinée à être utilisée dans les campagnes de sensibilisation, les séances éducatives et les discussions communautaires, facilitant ainsi la compréhension et l'appropriation des bonnes pratiques en matière de SHM.

Les messages visuels de la boîte à images naviguent à travers trois objectifs essentiels en parfaite cohérence avec les étapes du modèle de changement comportemental individuel :



- L'objectif cognitif (faire connaître) qui correspond à la phase de **contemplation** où les jeunes filles et la communauté prennent conscience de l'importance de la santé et hygiène menstruelle : CONNAISSANCE
- L'objectif affectif (faire aimer) qui s'inscrit dans la phase de **préparation**, en suscitant une adhésion émotionnelle et un soutien actif des cibles pour adopter des pratiques saines : ATTITUDE
- L'objectif conatif (faire agir) qui correspond aux phases d'**action** et de **maintien**, encourageant les comportements concrets de gestion adéquate des règles et leur consolidation dans la durée : PRATIQUE

Ce chapitre détaillera la structure et les contenus de la boîte à images, tout en proposant des conseils pratiques pour son utilisation, afin de maximiser son impact sur les différentes cibles.

4.1. LES MESSAGES CLES

Composée de 13 planches, la boîte à images se présente sous une forme pratique où le **recto** affiche une illustration destinée à l'auditoire, tandis que le **verso**, réservé à l'animateur, propose : une vignette de l'image (du recto), des Questions-Reponses d'animation et le message clé à retenir. Dans ce guide, nous mettons l'accent sur les messages clés, sans inclure les réponses aux questions, afin de concentrer l'attention sur les points essentiels à transmettre.

1. Les transformations pubertaires chez la fille

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
Q2. C'est quoi la puberté?
Q3. Quelles sont les transformations que l'on observe chez la fille à l'adolescence ?



Message clé

Chères jeunes filles, les transformations physiques, affectives et émotionnelles qui se produisent dans votre corps sont normales. Acceptez les pour votre développement harmonieux.

Chères adolescentes, gérez convenablement cette période pour s'assurer d'un avenir meilleur.

2. Le cycle menstruel

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ? **Q2.** Qu'est-ce que le cycle menstruel ?



Message clé

Chères jeunes filles, Les règles sont un signe important de maturité physique et preuve de bon fonctionnement des organes génitaux. Observez attentivement votre cycle menstruel pour réduire les risques d'avoir une grossesse non désirée.

Chères jeunes filles, le cycle menstruel ne doit pas handicaper vos activités. En cas de douleurs excessives, allez au Centre de Santé le plus proche pour une prise en charge.

3. L'apparition des premières règles chez la jeune fille dans la communauté

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
Q2. A qui s'adresser quand on a ses premières règles à la maison ? **Q3.** Cela est-il déjà arrivé à l'une parmi vous ? Racontez-nous un peu votre expérience.



Message clé

Chères jeunes filles, les règles sont un phénomène naturel et normal.

Lorsque vous constatez les premiers écoulements de sang de votre organe génital, adressez-vous immédiatement à votre mère, papa/père ou votre tutrice pour recevoir de l'aide.

4. L'apparition des premières règles chez la jeune fille à l'école

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
- Q2.** A qui s'adresser quand on a ses premières règles à l'école ?
- Q3.** Cela est-il déjà arrivé à l'une parmi vous ? Racontez-nous un peu votre expérience.



Message clé

Chères jeunes filles, les règles sont un phénomène naturel et normal.

Lorsque vous constatez les premiers écoulements de sang de votre organe génital, adressez-vous immédiatement à votre institutrice/instituteur pour recevoir de l'aide.

5. Les produits à utiliser pendant les règles

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
- Q2.** A quoi servent ces produits selon vous ?
- Q3.** Selon vous, que peut-il arriver lorsqu'on utilise les linges sales pendant la période de règle ?



Message clé

Chère jeune fille, l'utilisation des linges non appropriés pendant la période de menstruation t'expose aux infections génitales.

Utilise les serviettes hygiéniques propres et adéquates pour te protéger contre les maladies infectieuses et les irritations.

6. Changer de protection hygiénique de manière régulière

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
- Q2.** Combien de fois doit-on changer la serviette hygiénique dans la journée ?
- Q3.** A quel moment faut-il changer sa serviette hygiénique ?



Message clé

Chère jeune fille, change deux à trois fois par jour tes serviettes hygiéniques pendant tes périodes de règles.

Utilise les serviettes hygiéniques propres et adéquates pour te protéger contre les maladies infectieuses et les irritations.

7. Gestion des produits hygiéniques utilisés

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
Q2. Quelle différence faites-vous entre serviette à usage unique et serviette réutilisable ?
Q3. Que faire après avoir enlevé sa serviette hygiénique à usage unique ? Que doit-on faire des déchets issus des règles ?



Message clé

Juste après avoir enlever ta serviette hygiénique, lave la, emballe la et jette la dans un bac à poubelle afin d'éviter la prolifération des germes et la pollution de l'environnement.

Lave toi ensuite correctement les mains avec du savon.

8. Gestion des produits hygiéniques réutilisables

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
Q2. Comment entretient-on la serviette hygiénique réutilisable ?



Message clé

Chère jeune fille, change deux à trois fois par jour tes serviettes hygiéniques réutilisables pendant tes périodes de règles.

Juste après avoir enlever ta serviette réutilisable, lave la, sèche la au soleil, repasse la et garde la dans un endroit sec pour la prochaine utilisation afin d'éviter la prolifération des germes et la pollution de l'environnement.

9. Ce qu'il ne faut pas faire avec les serviettes hygiéniques utilisées

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
Q2. Que pensez-vous de ce comportement ? Que peuvent être les conséquences des tels comportements ?



Message clé

Chère jeune fille, gère correctement les déchets issus des produits d'hygiène menstruelle afin d'éviter la multiplication des microbes et la pollution de l'environnement.

10. La gestion de l'hygiène menstruelle à l'école

- Q1.** Que voyez-vous sur cette planche ?
Q2. Quelles sont, selon vous, les avantages liés à l'utilisation des toilettes propre pour changer les serviettes hygiéniques ?



Message clé

Les toilettes construites selon les normes hygiéniques permettent de pratiquer l'hygiène menstruelle en toute intimité, particulièrement pendant les périodes des règles ; chère jeune fille, utilise des toilettes propres pour éviter les infections uro-génitales.

11. Plaidoyer de la fille sur les toilettes adéquates à l'école

Q1. Que voyez-vous sur cette planche ? **Q2.** Seras-tu à l'aise de changer ta serviette hygiénique dans cette toilette ? **Q3.** Qu'est-ce qui peut t'arriver lorsque tu utilises ce genre de toilette pour changer ta serviette hygiénique ? **Q4.** Que feras-tu au cas où les toilettes de votre école étaient dans un état pareil ?



Message clé

Chère jeune fille, réclame aux responsables de ton école, des toilettes adaptées à la gestion de l'hygiène menstruelle afin de t'épargner des infections uro-génitales.

Chère jeune fille, demande à tes parents d'exiger aux responsables d'école de construire des toilettes adaptées à la gestion de l'hygiène menstruelle afin d'éviter les infections uro-génitales..

12. Les mythes et les rumeurs sur les règles

Q1. Que voyez-vous sur cette planche ? **Q2.** Pensez-vous qu'une fille peut pratiquer toutes ces activités pendant sa période des règles ?



Message clé

Chère jeune fille, avoir les règles ne t'empêche pas d'aller à l'école, de jouer avec tes amies, ni de faire les travaux ménagers.

13. Les mythes et les rumeurs sur les règles

Q1. Que voyez-vous sur cette planche ? **Q2.** Quelles sont selon vous les étapes de la fabrication d'une serviette réutilisable ?



Message clé

Les serviettes réutilisables protègent aussi bien que les serviettes à usage unique ;

chère jeune fille, tu peux te procurer ou fabriquer toi-même tes serviettes réutilisables avec un tissu approprié pour assurer ton hygiène menstruelle.

4.2. COMMENT ANIMER AVEC UNE BOITE A IMAGE

FICHE TECHNIQUE : **Animer une séance de communication à l'aide d'une Boîte à Images**

1. DEFINITION OPERATOIRE

Utiliser une boîte à images pour transmettre efficacement des messages éducatifs ou informatifs à un public cible (une personne ou groupe de personnes). La boîte à image est un outil didactique composé des planches d'images et de textes.

2. JUSTIFICATION

Rendre plus dynamique et plus facile l'échange entre l'animateur et le public cible. Pourquoi utiliser la boîte à image ?

- Impact Visuel : Elle Capte l'attention et améliore la compréhension.
- Accessibilité : Elle est adaptée à différents niveaux d'alphabétisation.
- Interactivité : Elle favorise l'engagement et la participation du public.

3. RESPONSABLE Pairs éducateurs, relais communautaires, enseignants, les apprenants, les prestataires,

4. EQUIPEMENTS, MATERIELS ET INTRANTS SPECIFIQUES : Boîte à image, bloc note, stylo.

5. PROCÉDURE D'EXÉCUTION

1. Avant la séance d'échange :

- Définir l'enjeu de la communication : faire comprendre quoi à qui ?
- Identifier la personne ou le groupe ciblé pour cette séance.
- S'assurer que la boîte à images est en bon état et correspond à la thématique visée.
- Passer en revue toute la boîte à image pour s'en imprégner davantage
- Organiser l'espace d'animation en évitant un environnement avec distraction

2. Introduire la séance d'échange

- Accueillir la personne ou le groupe d'une manière conviviale
- Se présenter mutuellement et créer un climat de confiance
- Introduire/présenter le sujet sur lequel se tiendra l'échange

3. Utiliser la boîte à image pendant la séance d'échange

- Disposer la boîte à image de façon que le public voie les planches d'images (le recto) tandis que l'animateur voit le texte correspondant (le verso)

5. PROCÉDURE D'EXÉCUTION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entamer l'échange avec le public cible en suivant les instructions reprises au verso de la planche (jeu de questions-réponses) ■ Encourager les participants à s'exprimer par des questions, des expériences personnelles ■ Faire la synthèse de la planche en insistant sur le message clé ■ Passer à la prochaine planche et ainsi de suite ■ Après avoir épuiser toutes les planches, poser des questions pour évaluer le niveau d'assimilation et de compréhension ■ Rappeler rapidement les messages clé pour chaque planche <p>4. Clôturer la séance d'échanges :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Feedback : Collecter les impressions et suggestions du public ■ Distribution de Supports : Fournir des documents pour renforcer la mémorisation (Dépliant, brochure, ...) s'ils sont disponibles ■ Remercier les participants ■ Clôturer la séance
6. CRITÈRES DE QUALITÉ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Clarté : Communiquer de manière simple et précise. ■ Écoute : Être attentif aux besoins du public. ■ Flexibilité : Adapter l'approche selon les réactions du public. ■ Respect de l'interlocuteur
7. CRITÈRES D'ÉVALUATION	<ul style="list-style-type: none"> ■ Compréhension : Vérifier l'assimilation des messages clés. ■ Engagement : Mesurer la participation active du public. ■ Satisfaction : Évaluer les retours du public sur la séance.

8. CONSEILS PRATIQUES

Pour réussir l'utilisation d'une boîte à image au cours d'une séance de communication, l'acteur devra :

- Bien Connaître le Contenu : S'imprégner des images et des textes de la boîte pour les présenter clairement.
- Adapter son Discours : Être attentif aux réactions du public et ajuster l'approche en conséquence.
- Établir une Relation de Confiance : Créer un environnement accueillant et rassurant pour le public.
- Résumer et Renforcer les Messages Clés : S'assurer que les points importants sont bien compris et mémorisés par le public.
- Favoriser l'Interaction : Encourager les questions et les échanges avec le public, en utilisant les éléments interactifs de la boîte.
- Recueillir et Utiliser les Retours : Écouter les feedbacks pour améliorer les futures séances.

Chap 5. RECOMMANDATIONS D'UTILISATION DES MESSAGES

Ce chapitre offre des orientations pratiques sur la manière d'utiliser efficacement les messages contenus dans ce guide. L'objectif est de maximiser leur impact en s'assurant que chaque message atteint la cible prioritaire de manière appropriée, selon le contexte et les canaux de communication choisis.

5.1. ADAPTATION DES MESSAGES SELON LES CIBLES PRIORITAIRES

Chaque message doit être adapté au contexte et aux spécificités de la cible prioritaire. Les acteurs chargés de la mise en œuvre doivent :



Pour les jeunes filles :

Utiliser un langage simple et accessible, en privilégiant des formats visuels tels que des affiches, des dépliants, des vidéos éducatives, ou des boîtes à images pour capter leur attention.

Les messages doivent renforcer la confiance en soi, encourager l'utilisation des produits hygiéniques adaptés, et dissiper les mythes liés à l'hygiène menstruelle. (1.1.5, 1.1.8)



Pour les parents et tuteurs :

Encourager des conversations ouvertes et sans tabou. Utiliser des supports adaptés comme des dépliants ou des vidéos diffusées sur des canaux accessibles (radios locales, réseaux sociaux).

Ces supports doivent insister sur l'importance du rôle des parents dans la transmission des informations correctes à leurs filles et la gestion des règles à la maison et à l'école. (2.1.3, 4.1.1)



Pour les enseignants :

Intégrer les messages dans le curriculum éducatif et dans les sessions de sensibilisation en milieu scolaire. Les supports comme le guide de l'enseignant et le manuel pour élèves doivent être des outils clés pour renforcer l'éducation à la santé menstruelle.

Les enseignants doivent aussi jouer un rôle dans la sensibilisation des garçons sur l'importance de respecter leurs camarades filles. (1.1.1, 1.1.3)



Pour les leaders communautaires et religieux :

Adopter des formats participatifs comme des forums de discussion, des ateliers ou des sermons pour engager les communautés.

Ils doivent jouer un rôle actif dans la diffusion des messages sur l'importance de soutenir les jeunes filles et de briser les tabous autour de la menstruation. (2.1.1, 2.1.2)



Pour les autorités locales et scolaires

Utiliser des réunions formelles, des ateliers de sensibilisation et des visites sur le terrain pour transmettre les messages. Insister sur l'importance de leur rôle dans la création d'un environnement scolaire sain pour les filles.

Les messages doivent être concrets et axés sur les actions à mettre en place, telles que l'installation de toilettes adaptées et l'accès à l'eau potable. Encourager la prise d'engagements clairs et mesurables. (4.1.1, 4.2.1)



Pour les députés, sénateurs et ministres :

Organiser des séances de plaidoyer et des discussions de haut niveau pour les sensibiliser aux enjeux de l'hygiène menstruelle. Fournir des données concrètes et des études de cas pour souligner l'impact des infrastructures inadéquates et

du manque de produits hygiéniques sur la santé et l'éducation des filles.

Proposer des solutions législatives et politiques pour améliorer l'accès aux produits et aux infrastructures. Assurer un suivi régulier pour maintenir leur engagement. (3.2.1, 4.1.1)



Pour les journalistes et influenceurs :

Organiser des briefings pour partager les enjeux de l'hygiène menstruelle et leur fournir des contenus prêts à diffuser (fiches thématiques, infographies). Fournir des kits médias avec des informations claires et des témoignages pour nourrir leurs publications.

Encourager leur participation à des campagnes médiatiques et des débats sur le sujet, en créant des partenariats et des récompenses pour les meilleures initiatives. (2.3.1)

Plaidoyer : Sensibiliser les législateurs sur l'importance de rendre les produits hygiéniques abordables **3.2.1**



5.2. APPROCHES POUR LA DIFFUSION DES MESSAGES

La diffusion efficace des messages sur la santé et l'hygiène menstruelle repose sur une approche stratégique qui s'adapte aux différents publics cibles et aux canaux de communication disponibles. Cette section présente les principales approches qui doivent être utilisées pour maximiser l'impact des messages et atteindre les objectifs fixés.

A. Communication interpersonnelle (CIP)

La communication interpersonnelle (CIP) est l'un des outils les plus efficaces pour transmettre des messages clés sur la santé et l'hygiène menstruelle, car elle permet une interaction directe avec le public cible.

- **Entre jeunes filles et éducateurs** : Les enseignants, les pairs éducateurs et les encadreurs communautaires jouent un rôle essentiel dans l'animation des discussions et des séances d'éducation à la santé menstruelle. Ces échanges directs permettent de clarifier les concepts, de corriger les idées reçues et de répondre aux questions des jeunes filles. (1.1.3, 1.1.6)



- **Entre parents et jeunes filles** : Encourager les parents à discuter ouvertement des menstruations avec leurs filles est une priorité. Des activités communautaires ou des rencontres parents-enseignants peuvent servir de plateformes pour initier ces discussions et distribuer des outils de communication adaptés. (2.1.3)



B. Médias de masse

Les médias de masse, tels que la radio, la télévision et les réseaux sociaux, permettent de toucher un large public en peu de temps. Cette approche est cruciale pour sensibiliser la population à grande échelle.

- **Radio et télévision** : La diffusion de spots audio-visuels et d'émissions spéciales sur les chaînes locales et nationales est une manière efficace de promouvoir les pratiques d'hygiène menstruelle, en particulier pour les parents et les jeunes filles qui n'ont pas toujours accès à une information correcte. (2.3.1, 2.3.2)



- **Réseaux sociaux** : Les jeunes filles, en particulier en milieu urbain, sont de plus en plus actives sur les réseaux sociaux. L'utilisation de ces plateformes pour diffuser des messages éducatifs et ludiques est essentielle pour capter l'attention de ce public, tout en encourageant le partage d'informations entre pairs. (2.3.2)



C. Mobilisation sociale

La mobilisation sociale consiste à impliquer activement les communautés dans la promotion des messages sur la santé et l'hygiène menstruelle. Cette approche permet d'obtenir un soutien collectif et d'assurer la pérennité des changements de comportement.

- **Activités communautaires** : Organiser des événements autour de la Journée Internationale de l'Hygiène Menstruelle ou d'autres activités communautaires permet de rassembler des jeunes filles, des parents, des enseignants et des leaders communautaires pour échanger sur les bonnes pratiques en matière d'hygiène menstruelle. (2.1.2)
- **Forums et dialogues communautaires** : Ces événements offrent une plateforme pour discuter des mythes et tabous liés à la menstruation, tout en encourageant une mobilisation collective en faveur des jeunes filles. (2.1.1, 2.1.2)



D. Plaidoyer

Le plaidoyer vise à influencer les décideurs politiques, les autorités locales, et les distributeurs afin de garantir un environnement favorable à la gestion de l'hygiène menstruelle, notamment en matière d'infrastructures et de disponibilité des produits hygiéniques.

- **Infrastructures** : Plaider auprès des autorités pour l'amélioration des infrastructures sanitaires dans les écoles et les communautés, en insistant sur la construction de toilettes séparées pour les filles et l'accès à l'eau potable. (4.2.1)
- **Produits hygiéniques** : Sensibiliser les autorités et les distributeurs pour garantir l'accès aux produits hygiéniques abordables et de qualité, notamment à travers des initiatives de réduction des taxes et des contrôles de qualité. (3.2.1, 3.3.1)



En combinant ces quatre approches de manière stratégique, il sera possible d'assurer une diffusion efficace des messages, en touchant à la fois les jeunes filles, les parents, les enseignants, et la communauté dans son ensemble. Chaque approche joue un rôle complémentaire pour renforcer l'adoption des comportements sains en matière d'hygiène menstruelle.

Conclusion

Ce Guide des messages constitue un outil essentiel pour la mise en œuvre du Plan Stratégique National de Communication CSC sur la Santé et l'Hygiène Menstruelle en République Démocratique du Congo. Il a été conçu pour orienter les acteurs impliqués dans la promotion des bonnes pratiques en matière d'hygiène menstruelle, à travers des messages ciblés, adaptés aux réalités de chaque groupe prioritaire.

En s'appuyant sur les quatre axes stratégiques définis dans le plan de communication, ce guide fournit une base solide pour l'élaboration et la diffusion de messages cohérents, clairs et impactants. Ces messages, qui tiennent compte des spécificités comportementales et structurelles des cibles, visent à encourager l'adoption de bonnes pratiques d'hygiène menstruelle chez les jeunes filles, tout en mobilisant les parents, les enseignants, les communautés et les autorités locales.

L'intégration des canaux de communication tels que la communication interpersonnelle (CIP), les médias de masse, la mobilisation sociale et le plaidoyer garantit une approche globale pour toucher chaque niveau du modèle socioécologique. Ainsi, l'efficacité des actions menées repose sur une coordination étroite entre tous les acteurs concernés et un engagement collectif à promouvoir une meilleure gestion de l'hygiène menstruelle.

Le succès de ce guide repose également sur un suivi rigoureux et une évaluation régulière des résultats obtenus, afin d'ajuster les stratégies et de maximiser l'impact. Ce processus continu permettra de renforcer les acquis et d'assurer la pérennité des actions mises en place.

En conclusion, ce guide est un levier puissant pour changer durablement les comportements en matière de santé et d'hygiène menstruelle en RDC. Il s'inscrit dans une vision plus large d'amélioration des conditions de vie des jeunes filles, tout en contribuant à des objectifs nationaux et internationaux en matière de santé, d'éducation et d'égalité des sexes.

A photograph showing three young girls from behind, walking away on a dirt road. They are wearing white short-sleeved shirts and blue pleated skirts. The girl on the left is carrying a blue bag, and the girl on the right is carrying a blue backpack. The background is slightly blurred, showing a rural setting with buildings and trees.

VISION Pour une RDC où toutes les jeunes filles connaissent et pratiquent une hygiène menstruelle adéquate, avec le soutien actif de leur communauté.

Théorie de changement sur l'axe 1 :

CONNAISSANCE ET ATTITUDE



Pour que les jeunes filles en RDC puissent adopter des pratiques d'hygiène menstruelle adéquate, il est essentiel qu'elles développent une attitude positive envers la gestion de leur hygiène menstruelle. Le **résultat 1** vise à encourager cette attitude favorable.

Interactions clés :

Renforcement des connaissances (1.1) : Les filles doivent être bien informées sur la SHM. En intégrant ces notions dans les programmes éducatifs (1.1.1) et en formant les enseignants (1.1.3), nous leur fournissons les bases nécessaires pour comprendre et valoriser l'importance de la SHM.

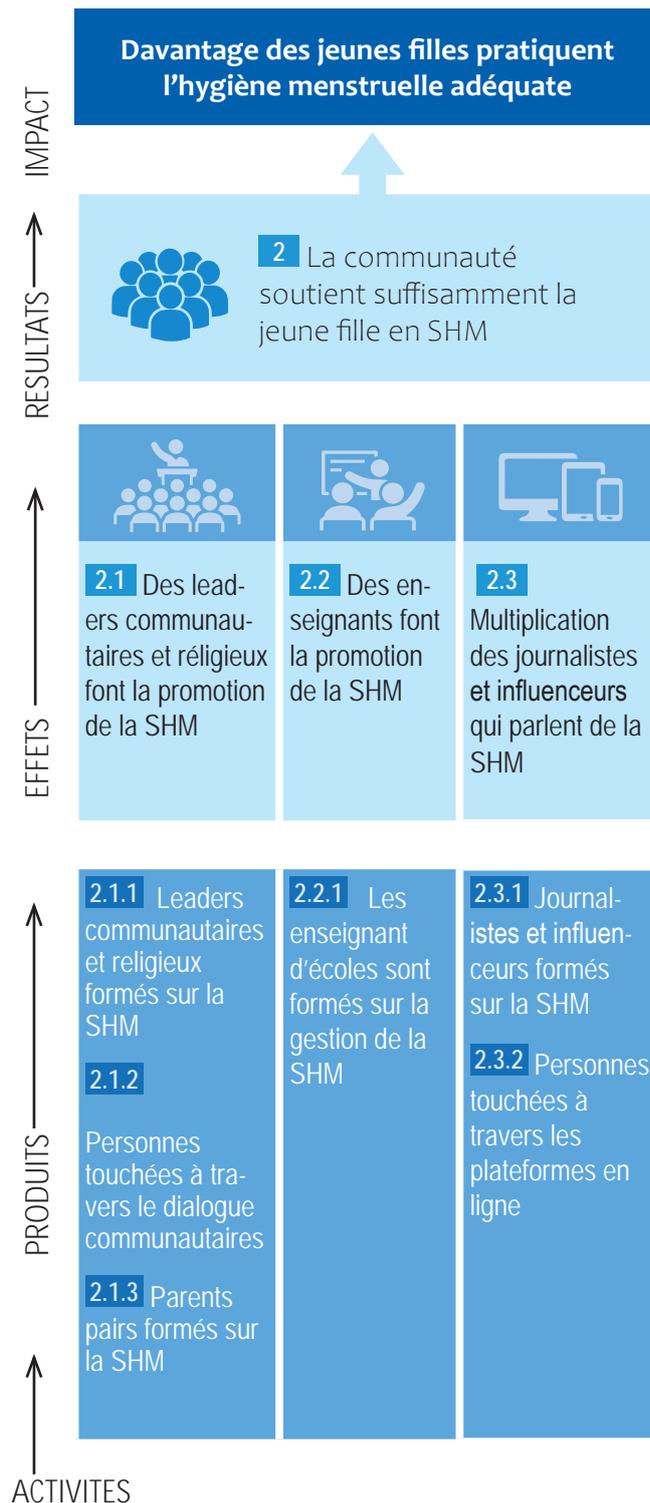
Accès à l'information (1.1') : Il est crucial que les filles aient un accès continu à des informations fiables sur la SHM. La distribution de supports de communication (1.1.2) et la formation des pairs éducateurs (1.1.6) garantissent que ces informations restent accessibles et pertinentes.

En combinant ces efforts, nous renforçons l'attitude des jeunes filles envers la SHM, les rendant plus aptes à adopter et à maintenir des pratiques d'hygiène menstruelle adéquate. Ce changement d'attitude est un pilier essentiel pour atteindre l'objectif global du plan.

- Élaborer et adapter le contenu pédagogique sur la SHM pour les écoles infirmières. (1.1.1)
- Former les formateurs sur les nouveaux contenus liés à la SHM. (1.1.1)
- Intégrer le contenu sur la SHM dans le curriculum des écoles infirmières. (1.1.1)

- Concevoir et produire des supports de communication adaptés aux écoles. (1.1.2)
- Distribuer les supports de communication dans les écoles. (1.1.2)
- Organiser des sessions de formation pour les enseignants des écoles infirmières sur la SHM. (1.1.3)
- Collaborer avec les responsables des programmes d'éducation à la vie pour inclure la SHM. (1.1.4)
- Former les enseignants des programmes d'éducation à la vie sur les notions de SHM. (1.1.4)
- Développer des modules de formation sur la communication en SHM pour les apprenants des écoles infirmières. (1.1.5)
- Organiser des ateliers pratiques pour renforcer les compétences en communication sur la SHM. (1.1.5)
- Sélectionner et former des filles pairs éducateurs sur la SHM. (1.1.6)
- Organiser des activités de sensibilisation dirigées par des filles pairs éducateurs dans la communauté et dans les écoles. (1.1.6)
- Organiser des ateliers de formation pour les enseignants sur la SHM. (1.1.7)
- Fournir des ressources pédagogiques aux enseignants pour soutenir la SHM dans les écoles. (1.1.7)
- Mener une campagne mass media sur SHM ciblant les jeunes filles (1.1.8)

Théorie de changement sur l'axe 2 : SOUTIEN DE LA COMMUNAUTE



Le soutien communautaire est crucial pour que les jeunes filles en RDC puissent gérer leur hygiène menstruelle avec confiance. Le **résultat 2** vise à mobiliser la communauté pour créer un environnement de soutien actif.

Interactions clés :

Leaders communautaires et religieux (2.1)

: En formant ces leaders sur la SHM (2.1.1), ils deviennent des défenseurs de l'hygiène menstruelle, capables de sensibiliser et d'encourager le dialogue (2.1.2) au sein de la communauté, brisant ainsi les tabous.

Engagement des enseignants (2.2) :

Les enseignants, une fois formés sur la SHM (2.2.1), renforcent le soutien que les jeunes filles reçoivent, à la fois à l'école et dans la communauté, en abordant ouvertement le sujet.

Amplification via les médias et influenceurs (2.3) :

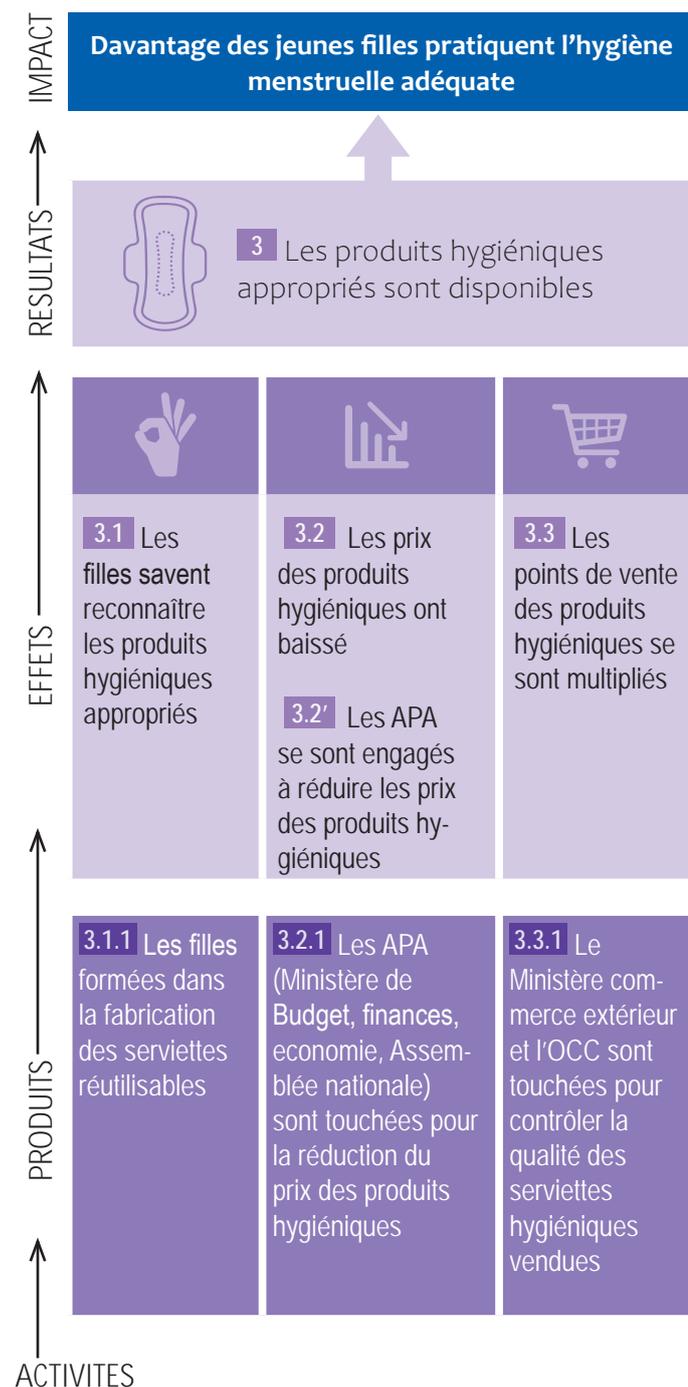
Les journalistes et influenceurs, formés pour parler de la SHM (2.3.1), utilisent leurs plateformes pour normaliser le sujet et multiplier les sources d'information (2.3.2), renforçant ainsi le soutien communautaire.

En mobilisant ces acteurs, nous créons un réseau de soutien solide autour des jeunes filles, leur permettant de gérer leur hygiène menstruelle de manière adéquate, et contribuant ainsi à l'objectif global du plan.

- Organiser des sessions de formation spécifiques pour les leaders sur la SHM. (2.1.1)
- Organiser des forums de discussion et dialogues communautaires autour de la SHM. (2.1.2)
- Mener des campagnes de sensibilisation sur la SHM dans la communauté. (2.1.2)
- Sélectionner et former des parents pairs sur les bonnes pratiques de SHM. (2.1.3)
- Appuyer les activités communautaires animées par les parents pairs formés. (2.1.3)
- Développer et dispenser des formations sur la SHM pour les journalistes et influenceurs. (2.3.1)
- Créer du contenu médiatique engageant sur la SHM avec l'aide des journalistes et influenceurs formés. (2.3.1)
- Lancer des campagnes de sensibilisation sur la SHM à travers les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne. (2.3.2)

Théorie de changement sur l'axe 3 :

PRODUITS HYGIENIQUES ACCESSIBLES



Pour que les jeunes filles en RDC puissent pratiquer une hygiène menstruelle adéquate, l'accès à des produits hygiéniques de qualité est essentiel. Le **résultat 3** vise à assurer la disponibilité de ces produits pour toutes les jeunes filles.

Interactions clés :

Connaissance des produits (3.1) : Les filles doivent savoir reconnaître et utiliser les produits hygiéniques appropriés. En les formant à cette reconnaissance (3.1.1), nous assurons qu'elles choisissent ou fabriquent des produits adaptés à leurs besoins.

Accessibilité économique (3.2) : Il est crucial que les produits hygiéniques soient financièrement accessibles. En engageant les autorités pour réduire les prix (3.2.1), nous facilitons l'accès à ces produits pour toutes les jeunes filles.

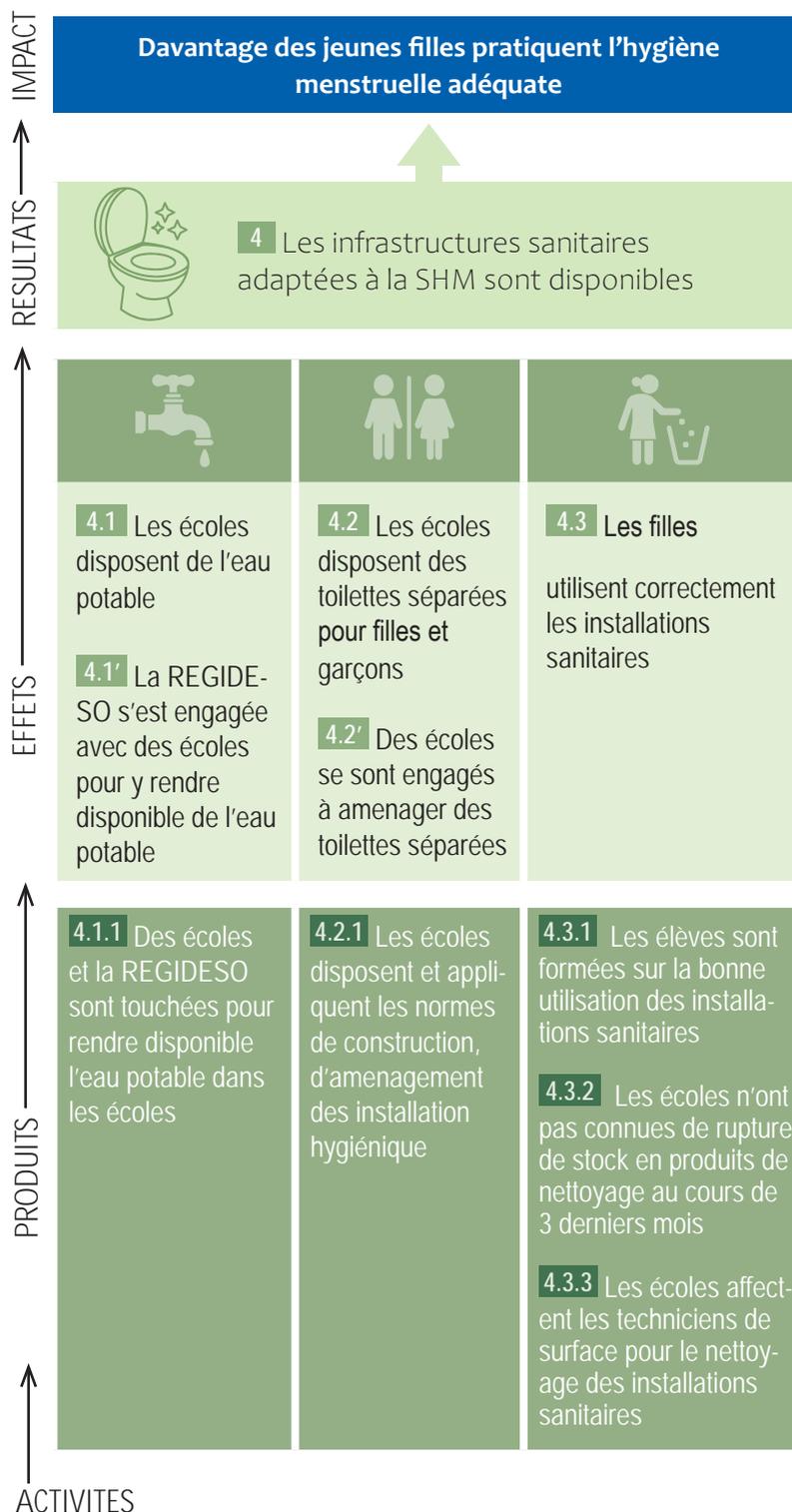
Disponibilité des produits (3.3) : Les points de vente doivent être suffisamment nombreux et bien approvisionnés. En collaborant avec le Ministère du Commerce extérieur et l'OCC pour contrôler la qualité des produits (3.3.1), nous veillons à ce que les jeunes filles aient accès à des produits hygiéniques sûrs et disponibles partout.

En rendant les produits hygiéniques accessibles et disponibles, nous permettons aux jeunes filles de pratiquer une hygiène menstruelle adéquate, soutenant ainsi notre objectif global.

- Mettre en place des ateliers pratiques pour enseigner aux filles la fabrication de serviettes hygiéniques réutilisables. (3.1.1)
- Mener des plaidoyers auprès des autorités pour la réduction des taxes et prix des produits hygiéniques. (3.2.1)
- Sensibiliser les législateurs sur l'importance de rendre les produits hygiéniques abordables. (3.2.1)
- Collaborer avec le Ministère du Commerce extérieur et l'OCC pour établir des normes de qualité pour les serviettes hygiéniques. (3.3.1)
- Mener le plaidoyer pour encourager des inspections régulières d'assurer le respect des normes de qualité. (3.3.1)

Théorie de changement sur l'axe 4 :

INFRASTRUCTURES DISPONIBLE



Le **résultat 4** vise à garantir que ces infrastructures soient disponibles dans les écoles et les communautés.

Interactions clés :

Accès à l'eau potable (4.1) : L'accès à l'eau potable est fondamental pour l'hygiène menstruelle. En engageant des partenariats avec la REGIDESO et les écoles (4.1.1), nous veillons à ce que les jeunes filles puissent accéder à de l'eau propre, essentielle pour leur hygiène.

Disponibilité de toilettes adaptées (4.2) : Des toilettes séparées et adaptées pour les filles sont indispensables. En s'assurant que les écoles respectent les normes de construction et d'aménagement des installations hygiéniques (4.2.1), nous créons un environnement sécurisé et confortable pour la SHM.

Utilisation correcte des installations (4.3) : Les filles doivent être formées à utiliser correctement ces installations. En formant les élèves (4.3.1) et en maintenant les installations en bon état (4.3.3), nous garantissons qu'elles puissent gérer leur hygiène menstruelle en toute sécurité.

En mettant en place ces infrastructures sanitaires adaptées, nous offrons aux jeunes filles les conditions nécessaires pour une gestion hygiénique de leurs menstruations, contribuant ainsi à notre objectif global.

- Encourager les écoles à aménager le point d'eau potable. (4.1.1)
- Plaidoyer auprès des autorités des écoles pour la construction et l'aménagement des toilettes séparées pour filles et garçons. (4.2.1)
- Vulgariser les normes de construction/aménagement des installations hygiéniques (4.2.1)
- Organiser des missions de suivi pour l'application des normes de construction dans les écoles. (4.2.1)
- Développer des sessions éducatives pour former les élèves à l'utilisation correcte des installations sanitaires. (4.3.1)
- AEncourager un suivi régulier pour garantir le maintien de la propreté des installations. (4.3.3)

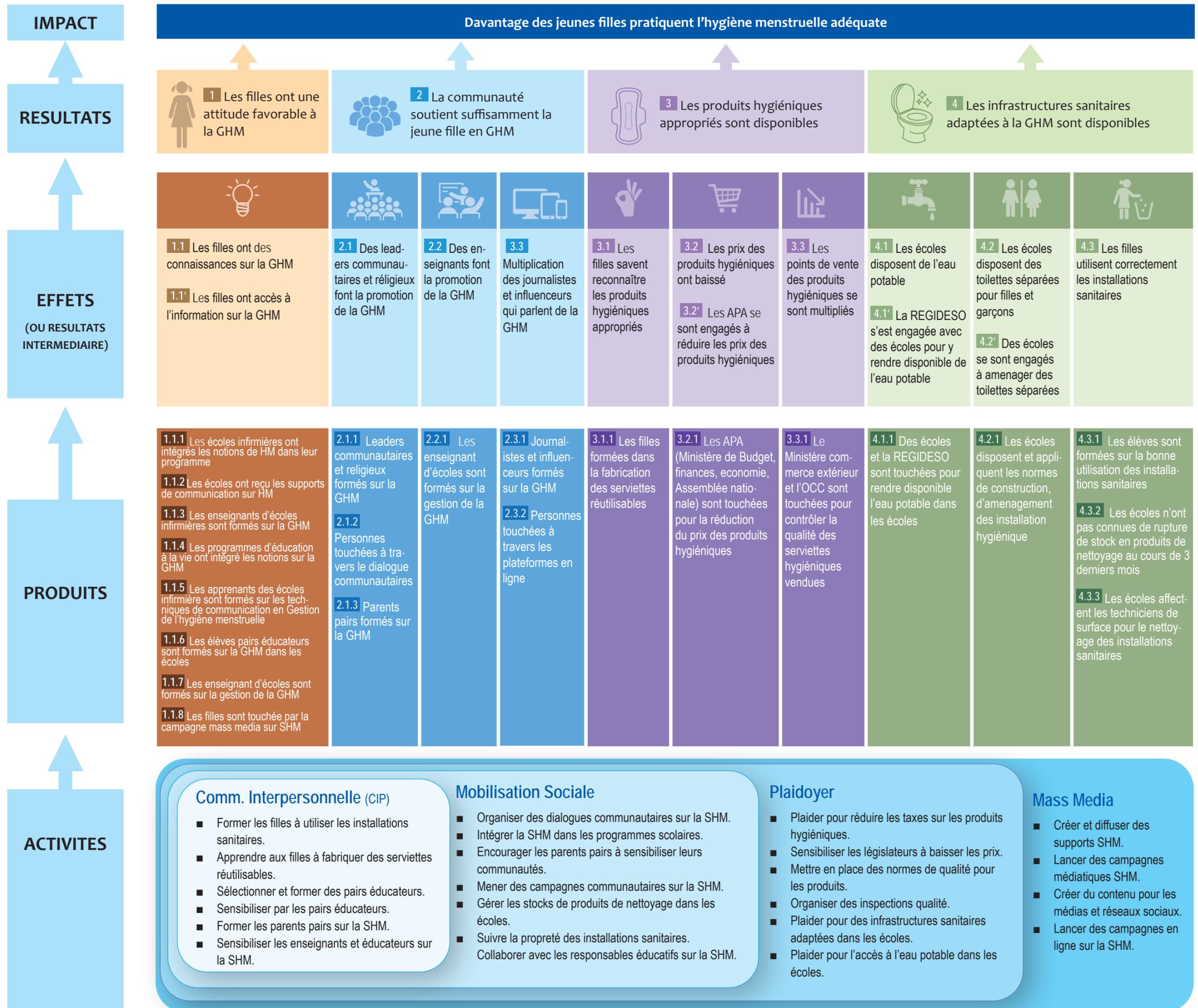
Théorie de changement du PSN Communication CSC sur la SHM en RDC

Vision

Une RDC où toutes les jeunes filles connaissent et pratiquent l'hygiène menstruelle adéquate avec le soutien de leur communauté

Problèmes

Comment promouvoir de bonnes pratiques d'hygiène menstruelle chez les jeunes filles en RDC, alors que des obstacles liés au manque d'éducation, de produits hygiéniques et d'infrastructures adéquates freinent leur adoption?



Accès à l'eau potable : Disponibilité d'une source d'eau propre et accessible dans les écoles et les communautés pour assurer une bonne hygiène menstruelle.

Action communautaire : Ensemble des initiatives menées par une communauté pour sensibiliser et soutenir les jeunes filles dans la gestion de leur hygiène menstruelle.

Boîte à images : Outil pédagogique visuel qui présente des messages éducatifs sur l'hygiène menstruelle à travers des illustrations adaptées à divers publics.

Campagne médiatique : Ensemble des actions de communication menées à travers différents médias (télévision, radio, réseaux sociaux) pour sensibiliser à l'hygiène menstruelle.

Cycle menstruel : Période mensuelle durant laquelle l'endomètre se décompose, se traduisant par l'écoulement sanguin chez les femmes en âge de procréer.

Distributeurs de produits hygiéniques : Acteurs économiques responsables de l'approvisionnement et de la disponibilité des produits d'hygiène menstruelle sur le marché.

Éducation à la vie : Cours dispensés en milieu scolaire qui intègrent des notions sur l'hygiène menstruelle et la santé sexuelle et reproductive des jeunes filles.

Encadrement scolaire : Rôle joué par les enseignants et le personnel éducatif pour encadrer les élèves dans la gestion de leur hygiène menstruelle.

Infrastructures sanitaires : Installations telles que des toilettes séparées et des points d'eau potable, nécessaires à une gestion adéquate des menstruations.

Influenceurs : Personnalités publiques ou créateurs de contenu qui sensibilisent le grand public sur des sujets sociaux, y compris l'hygiène menstruelle, à travers les plateformes en ligne.

Journalistes : Acteurs des médias qui jouent un rôle clé dans la diffusion d'informations et dans la sensibilisation du public sur les enjeux liés à l'hygiène menstruelle.

Leaders communautaires : Personnes influentes dans une communauté qui peuvent sensibiliser et encourager l'adoption de bonnes pratiques d'hygiène menstruelle.

Leaders religieux : Figures d'autorité au sein des communautés religieuses qui peuvent contribuer à briser les tabous autour des menstruations et encourager des comportements sains.

Menstruations : Processus naturel où le corps de la femme expulse chaque mois de l'endomètre sous forme de sang lorsque la fécondation ne se produit pas.

Message clé : Information centrale que les bénéficiaires doivent retenir pour adopter de meilleures pratiques en matière d'hygiène menstruelle.

Mobilisation sociale : Ensemble des actions collectives visant à sensibiliser et à éduquer la communauté sur la gestion de l'hygiène menstruelle.

Normes d'hygiène : Standards établis pour assurer la propreté et la sécurité des infrastructures sanitaires dans les écoles et les communautés.

Pairs éducateurs : Jeunes formés pour sensibiliser leurs camarades sur l'hygiène menstruelle et pour encourager un changement de comportement.

Plaidoyer : Processus visant à influencer les décideurs politiques et les législateurs afin d'améliorer l'accès aux produits d'hygiène menstruelle et aux infrastructures sanitaires.

Préjugés : Croyances et tabous autour des menstruations qui contribuent à la stigmatisation des jeunes filles dans les communautés.

Produits hygiéniques : Articles utilisés par les femmes pour gérer leur flux menstruel, tels que des serviettes hygiéniques, tampons, ou serviettes réutilisables.

Puberté : Période durant laquelle les jeunes filles commencent à développer des caractères sexuels secondaires et à avoir leurs premières menstruations.

Représentants politiques : Acteurs politiques, comme les députés et sénateurs, qui ont le pouvoir de soutenir et de voter des législations favorisant la santé menstruelle.

Santé reproductive : Ensemble des pratiques et des services qui visent à maintenir le bien-être physique, mental et social en matière de reproduction et de menstruations.

Stigmatisation : Discrimination sociale basée sur les menstruations, qui entraîne souvent l'exclusion ou la honte des jeunes filles en milieu scolaire ou communautaire.

Théorie de Changement (TdC) : Modèle expliquant les étapes nécessaires pour atteindre un changement social et comportemental positif, en lien avec les objectifs du Plan Stratégique de Communication sur l'hygiène menstruelle.

Liste des experts



NZOLO Grace
SBC & Innovations Adv.
+243 817 654 415
gnzolo1@jhu.edu
grax.cd@gmail.com



LUEKI MABIALA Lievain
CD Communication
+243 815 196 313
lievainlueki@gmail.com



MUANDA Pierrette
CB Communication
+243 823 786 732
pierrettemuanda@yahoo.fr



MUAMBA TSHIONGO Theo
Family Planning Specialist
+243 818 325 070
tmuambapedaids.org
theoumba2004@gmail.com



Jacquie BAPURA
SR/PF Senior Advisor
+243 816 293 097
jacquie_bapura@ihp-prosani.com



LUSAMBA NGOY Marceline
Point focal - Gestion de l'Hygiène Menstruelle
+243 819 205 840
marcellusamba@gmail.com



MURAIRI Lorentz
MD. Expert en suivi & évaluation
+243 827 465 786
Lorentzm19.lm@gmail.com



KAPAJIKA BEYA J-Levi
CB - DDADIS
+243 816 038 187
jlevikap@gmail.com



SAMBA NDUWA Mireille
CS chargée de VBG
+243 840 521 605
mireillesamba@yahoo.fr



MUKINI LUSHIMBA Gabriel
Technician Advisor GYS
+243 814 094 985
gmukini@engenderhealth.org
gabrielmukini@yahoo.fr



MOKUBABILI B. Irène
Assistante Technique

+243 811 668 624
imokubabili@gmail.com



KAHOMBO UYABO Gérard
CD Gestion des programmes

+243 818 686 818
g.kahombo28@gmail.com



KABANGA KAYEMBE Mimie
CD Suivi & évaluation

+243 851 212 849
kabangmim@gmail.com



NSASU MUNAKETIKO Moïse

CB - Prise en charge

+243 824 505 185
nsasumoise@yahoo.fr



LUANGA KANA Gisèle
Chef de cellule Comm.

+243 998 594 333
gisodim@gmail.com

Une RDC où toutes les jeunes filles connaissent et pratiquent une hygiène menstruelle adéquate, avec le soutien actif de leur communauté.

