

## Résumé exécutif

En février et mars 2008, une étude a été menée sur la mise en oeuvre du Partenariat Africain des Médias Radiotélévisés contre le VIH / SIDA et sur son impact dans un certain nombre de sociétés de diffusion. La recherche a eu lieu dans sept pays d'Afrique à savoir le Kenya, le Madagascar, le Mozambique, le Nigeria, le Sénégal, le Swaziland et la Tanzanie. Dix-huit sociétés de radiodiffusion et 36 organisations parties prenantes externes ont participé à l'enquête, ce qui a mené à la constitution d'un ensemble de données recueillies lors de 100 entretiens directs. Les objectifs de l'enquête étaient les suivants:

- a. Évaluer le niveau d'exécution des objectifs clés de l'ABMP dans les sociétés échantillonnées. Les principaux objectifs sont les suivants :
  - Développer des politiques, des stratégies et des structures pour assurer l'intégration du VIH / SIDA comme une activité prioritaire de base de la société ;
  - Allouer des ressources, y compris des ressources financières, techniques et autre expertise, à partir de leurs propres ressources existantes pour soutenir le premier l'objectif ;
  - Identifier et développer le contenu du programme à travers tous les genres et les horaires dudit programme avec des messages consistants, clairs et directs dans le cadre d'une approche compréhensive de communications en vue de réduire le VIH ;
  - S'engager avec le gouvernement et d'autres partenaires locaux pour coordonner ensemble les campagnes VIH / SIDA à l'intérieur du pays et chercher à obtenir les ressources supplémentaires en vue de soutenir ces objectifs ; et
  - S'engager à accorder quotidiennement un minimum de 5% du temps de diffusion (radio et télévision) dans un horaire de 18 heures par jour (06h00 – 24h00) dont une partie aux heures de pointe et le reste à travers le reste du programme aussi bien qu'à travers toutes les stations et les formats du programme.
- b. Découvrir comment les sociétés échantillonnées perçoivent les avantages et les défis de leur participation à l'ABMP.
- c. Examiner les possibilités institutionnelles et les limites des sociétés échantillonnées dans leur façon de mettre en oeuvre et de compléter les programmes de l'ABMP, et la viabilité de l'engagement des sociétés échantillonnées à la programmation relative au VIH / SIDA.
- d. Évaluer la contribution perçue aux efforts menés à l'échelle nationale, dans le domaine du VIH / SIDA, par les radiodiffuseurs échantillonnés, par l'ABMP en général et par la campagne TOI en particulier par le biais de courts entretiens avec les dirigeants des conseils nationaux du SIDA, les responsables gouvernementaux et non gouvernementaux concernés.

### Mise en oeuvre des principaux objectifs de l'ABMP à travers les sociétés échantillonnées

Les sociétés de radiodiffusion participant à l'étude atteignent la plupart des cinq objectifs de l'ABMP. Dix-sept sur 18 radiodiffuseurs ont indiqué que l'ABMP a occasionné une augmentation dans la quantité de programmes sur le VIH / SIDA qu'ils mettent sur les ondes. Dans certains de ces pays, un facteur clé était le rôle de l'ABMP dans l'éducation des organismes de radiodiffusion en ce qui concerne le VIH / SIDA. La moitié des sociétés incluses dans l'échantillon affirment qu'ils ont atteint ou dépassé l'objectif de 5 pour cent de leur temps d'antenne consacré au VIH / SIDA. Plus d'un tiers des répondants ont indiqué que leurs entreprises ont élaboré des politiques, des stratégies et des structures pour assurer l'intégration du VIH / SIDA comme une priorité de base de leurs activités.

Les objectifs pour lesquels les sociétés n'ont pas atteint les résultats escomptés sont : la formulation des politiques du VIH / SIDA sur le lieu de travail ; l'obtention des moyens financiers tant de l'intérieur que de l'extérieur pour la programmation liée au VIH / SIDA ; et l'amélioration du niveau de coordination entre les radiodiffuseurs et leur gouvernement, entre les sociétés de radiodiffusion et les ONG, et enfin entre les radiodiffuseurs eux-mêmes.

### Avantages perçus et défis de participation à l'ABMP

L'ABMP a réussi à créer une plate-forme de la valeur ajoutée panafricaine à partir de laquelle la plupart des radiodiffuseurs dans l'échantillon en tirent profit. Les avantages cités par les répondants comprenaient : être en mesure de contribuer visiblement à la lutte contre le VIH / SIDA et répondre aux appels des gouvernements pour plus d'action contre le VIH / SIDA. D'autres avantages spécifiques comprenaient le partage d'idées et d'expériences autour du VIH / SIDA avec d'autres organismes de radiodiffusion, le développement de capacités de production et de compétences dans la programmation radiotélévisée grâce aux ateliers organisés par l'ABMP, l'accès gratuit au contenu de bonne qualité et prêt pour diffusion, le travail en synergie avec d'autres radiodiffuseurs dans la lutte contre le VIH / SIDA, et l'utilisation des ressources de façon plus rentable qu'auparavant. Pour beaucoup de radiodiffuseurs un avantage clé a été leur mise en place de nouvelles approches créatives concernant la transmission de messages et le reportage sur le VIH / SIDA qui, disent-ils, a approfondi leur compréhension de comment faire appel aux téléspectateurs et a augmenté le nombre de leur public. Dans ce processus, le contenu de l'ABMP leur a lancé le défi d'améliorer la qualité de leur programmation locale. Pour beaucoup de radiodiffuseurs dans l'échantillon, le contenu principal de l'ABMP sert de référence de la qualité de programmation sur

le VIH / SIDA qui doit être mise sur les ondes.

En même temps, les radiodiffuseurs échantillonnés ont prélevé un certain nombre de défis associés à la participation à l'ABMP. Le défi le plus commun est leur manque de ressources, en particulier les ressources financières, permettant d'accroître la production de leurs propres programmations relatives au VIH / SIDA. Cela suscite une préoccupation de savoir s'ils peuvent toujours répondre à la qualité de la production de référence fixée par le contenu de l'ABMP. D'autres défis mentionnés comprennent le manque d'infrastructures et de compétences, ainsi que les coûts associés à la modification du contenu fondamental de l'ABMP pour qu'il réponde aux besoins locaux.

### **Opinions sur l'ABMP et sur la production de contenu de société**

Le contenu de base de l'ABMP (la campagne TOI, *Imaginez l'Afrique* et le drame éducatif radiophonique pilote) a été bien reçu dans tous les sept pays et a été diffusé par tous les organismes de radio télédiffusion faisant partie de l'échantillon. La campagne TOI a connu un grand succès tant auprès des diffuseurs que des acteurs externes. Les répondants ont fait des commentaires favorables sur la qualité de sa production, son appel à un large éventail de groupes d'âge et sur le fait qu'il constitue un appel à l'action. En même temps (même si tous les principaux contenus sont distribués en anglais, en français, en portugais et en arabe), il y a un consensus parmi les sept pays faisant partie de l'échantillon que le contenu de base devra être traduit même en langues locales ou régionales. Cela a été plus fortement articulé dans les pays non anglophones (Madagascar, Mozambique et Sénégal). Dans les pays avec de grandes populations musulmanes comme le Sénégal, le Nigeria et la Tanzanie, les répondants estimaient que le contenu de l'ABMP devra être plus sensible aux sensibilités religieuses et culturelles de ces sociétés.

La campagne TOI a été adaptée dans des campagnes locales contre le VIH / SIDA dans quatre pays échantillonnés (le Mozambique, le Nigeria, la Tanzanie et le Swaziland) ; dans un cas, à la demande du gouvernement et, dans un autre, à l'initiative d'une ONG. Cela indique une forte résonance dans le secteur public et dans la société civile.

### **Possibilités, limites et perspectives institutionnelles de durabilité**

Les radiodiffuseurs échantillonnés rencontrent des contraintes financières dans l'élargissement de la gamme de productions locales sur le VIH / SIDA. Aucune recette n'a été générée par l'utilisation du contenu de base fourni par l'ABMP. Toutefois, la plupart ont affirmé que l'administration de leurs sociétés est très favorable à l'ABMP et voient cela comme un élément clé pour soutenir l'initiative. Les acteurs externes qui ont pris part à l'étude ont indiqué que leurs gouvernements respectifs ont augmenté les budgets nationaux pour la communication relative au VIH / SIDA et ont clairement indiqué que les radiodiffuseurs seraient en mesure d'accéder au financement, à condition qu'ils présentent de bons projets. Certaines des sociétés de radiodiffusion étaient moins convaincues de ce résultat.

La coordination entre les sociétés échantillonnées et d'autres partenaires locaux (tels que les gouvernements, les ONG et autres organismes de radio télédiffusion) est encore à un stade précoce de l'enfance, mais les répondants ont indiqué que la collaboration s'est améliorée depuis le lancement de l'ABMP.

### **Analyse de l'impact**

Les diffuseurs ont été invités à partager les idées sur l'impact le plus important de l'ABMP sur leurs sociétés. Cinq principaux impacts ont été mentionnés : l'éducation sur le VIH / SIDA et sur les approches innovatrices à la production de programmes sur le VIH / SIDA ; la collaboration ; l'augmentation de programmes radio télévisés concernant le VIH / SIDA ; le ciblage des jeunes ; et l'attraction de plus de téléspectateurs. La plupart des répondants ont aussi indiqué que le show télé réalité *Imaginez l'Afrique* et la campagne TOI ont eu un impact positif sur les audiences ciblées, en particulier les jeunes. Les répondants signalent également que l'ABMP aide les sociétés de radiodiffusion à aligner plus étroitement leurs activités de communication aux efforts nationaux de lutte contre le VIH / SIDA. En ce qui concerne les plans pour l'avenir, les répondants ont l'intention d'améliorer leur coordination avec les initiatives contre le VIH / SIDA, l'approvisionnement des fonds et la diffusion d'un plus grand nombre de programmes sur le VIH / SIDA en langues locales.

### **Suggestions / recommandations**

Les répondants suggèrent la localisation (l'adaptation au niveau local) de contenus comme le principal moyen de renforcer le contenu fondamental de l'ABMP. Deux stratégies sont proposées : l'utilisation de langues locales ou régionales communes et la production des programmes dans un contexte local en introduisant de personnalités locales dans les drames et en s'appuyant sur des expériences locales. Le principal objectif est d'aider le public cible à s'identifier plus facilement avec les messages et à faciliter l'acceptation. Les répondants ont également indiqué que l'ABMP pourrait améliorer son impact par le renforcement de la formation et par l'octroi d'une aide financière aux sociétés de radiodiffusion membres de l'ABMP pour la production de programmes.