

Assistance technique du domaine de responsabilité VBG

FICHE DE CONSEILS : Les meilleurs conseils pour mener une campagne de sensibilisation sur les VBG

Irene Dawa | 18 novembre 2022



Qu'est-ce qu'une campagne de sensibilisation à la violence basée sur le genre (VBG) ?

Une campagne est une **stratégie de mobilisation visant à exercer une pression publique sur les institutions et les individus afin d'influencer leurs actions** (UN Women, 2021). Les campagnes de sensibilisation à la VBG englobent un large éventail d'activités et comprennent souvent des efforts pour accroître les connaissances sur les causes et les conséquences des différents types de violence faite aux femmes et des filles (VFFF). Elles visent également à remettre en question les attitudes, les croyances et les normes qui tolèrent les VFFF, et à sensibiliser les personnes aux lois, aux politiques, aux services et aux droits en la matière (ONU Femmes, 2021:1).

Pourquoi est-il important de sensibiliser à la violence basée sur le genre ?

Les campagnes de sensibilisation sont importantes car elles contribuent à renforcer la prise de conscience de la violence basée sur le genre (VBG) comme étant une violation des droits humains qui touche la société dans son ensemble (ONU Femmes, 2021:3). Au fil des ans, les campagnes de sensibilisation ont contribué à rallier des soutiens et à susciter des changements dans les cadres législatifs et politiques nationaux et internationaux, ainsi qu'au maintien de programmes vitaux de prévention et de réponse à la violence basée sur le genre pour accompagner les survivantes.



Illustration 1: Marcher pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes : Dans le monde entier, des personnes commémorent la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes, décrétée par les Nations Unies. Crédit : New York Times.

Quels sont les différents types de campagnes de sensibilisation à la violence basée sur le genre ?

Il existe de nombreux types de campagnes de sensibilisation à la violence basée sur le genre. Les activistes et les militants contre les VFFF font continuellement preuve de courage, de créativité et d'innovation pour faire passer leurs messages. Souvent, ces personnes agissent à différents niveaux pour que les messages en faveur d'un changement positif et de l'élimination de la violence à l'égard des femmes et des filles soient entendus. Certaines stratégies de campagne régulièrement utilisées dans les contextes humanitaires consistent - sans s'y limiter - à organiser des marches dans les rues (par exemple, une marche des femmes le 25 novembre pour se réapproprier la nuit 1), des campagnes d'affichage, des interviews et des messages à la radio, des envois de messages clé par SMS, des dialogues communautaires et le partage de messages, de vidéos et d'infographies contre les violences basées sur le genre sur les réseaux sociaux.

Les campagnes de sensibilisation à la violence basée sur le genre peuvent être organisées sur différents plans géographiques. Il s'agit notamment de :

Au niveau international :

Les 16 jours d'activisme pour l'élimination de la violence faite aux femmes et aux filles (VFFF) (25 novembre - 10 décembre) - événement annuel. La première journée commémore la date de l'assassinat des trois sœurs Mirabal, militantes politiques en République dominicaine



Illustration 2 : Logo de la campagne des 16 jours d'activisme. Crédit : CWGL

sous la dictature de Trujillo en 1960. L'assassinat des trois sœurs Mirabal suscita une vague d'indignation publique et elles devinrent des symboles de la résistance démocratique et féministe. Le dernier des seize jours (10 décembre) est la Journée des droits humains, qui commémore le jour où, en 1948, l'Assemblée générale des Nations unies adopta la Déclaration universelle des droits humains. Au cours de cette période, les activistes et les militants des droits de la femme, ainsi que tous les alliés contre la violence à l'égard des femmes et des filles, unissent leurs efforts pour appeler à l'action et au changement positif afin de mettre un terme à la VFFF. La campagne est née en 1991, à l'occasion de la création du Center for Women's Global Leadership Institute.

La campagne pluriannuelle [UNiTE by 2030 to end Violence Against Women \(Tous unis d'ici 2030 pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes\)](#) est une autre campagne internationale. Lancée par le secrétaire général de l'ONU Ban Ki-Moon en 2008, elle invite les gouvernements, la société civile, le secteur privé, les médias et l'ensemble du système des Nations unies à unir leurs efforts pour lutter contre la pandémie mondiale de violence à l'égard des femmes et des filles d'ici à 2030.



Illustration 3 : Bannière de la campagne UNiTE. Crédit : ONU.

Au niveau régional : [La campagne européenne End FGM \(mettre fin aux mutilations génitales féminines\)](#) a été lancée par Amnesty Ireland en 2010 et est désormais pilotée par un réseau d'agences indépendantes. La campagne a pour objectif de protéger les jeunes femmes et les jeunes filles vivant en Europe contre les mutilations génitales féminines (MGF). Elle exhorte les institutions européennes à renforcer la prévention, la protection et le traitement des femmes qui subissent des mutilations génitales féminines ou qui sont menacées d'en subir.



Illustration 4 : Image extraite du rapport annuel du réseau européen End FGM.

Au niveau national : La campagne initiale [Zéro tolérance](#) est une initiative d'affichage innovante et féministe développée en 1992, rappelant que la violence à l'égard des femmes et des filles n'est jamais acceptable. Elle fut mise en place par le conseil municipal d'Édimbourg, en Écosse, afin de sensibiliser de larges segments de la population au fait qu'une grande partie de la violence à l'égard des femmes et des filles était « invisible, inaudible et indicible » (Zero Tolerance Campaign, n.d.). Cette campagne eut un grand retentissement et fut ensuite reproduite par d'autres municipalités.

Au niveau communautaire : L'ONG ougandaise [Raising Voices](#) se consacre au développement de programmes de prévention de la violence à l'égard des femmes et des filles fondés sur des données probantes (formations, collecte de données, etc.). Le groupe a produit du matériel pour soutenir les activités de campagne menées au niveau communautaire et par les militants pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes et des filles. Le personnel aide les organisations communautaires à planifier et à développer des activités qui mobilisent les femmes et les hommes, les filles et les garçons afin de transformer les attitudes et les comportements au sein de leurs communautés.



Illustration 5: Image de la campagne « UNITE end violence against women and girls By Community Empowerment for Peace and Development West Nile (CEPAD-WN) » en Ouganda 2022.

Principales dates du calendrier des campagnes de sensibilisation à la VBG/VFFF

- 6 février, Journée internationale de la tolérance zéro à l'égard des mutilations génitales féminines
- 8 mars, Journée internationale de la femme
- 15 juin, Journée mondiale de sensibilisation à la maltraitance des personnes âgées
- 19 juin, Journée internationale pour l'élimination de la violence sexuelle dans les conflits
- 11 octobre, Journée internationale de la fille
- Du 25 novembre au 10 décembre, 16 Jours d'activisme pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes et des filles
- 25 novembre, Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes
- 10 décembre, Journée des droits humains

Quel est le public cible de votre campagne ? Et qui voulez-vous atteindre avec votre message ?

Vous adressez-vous à un public local, régional et international ? Ou bien à certains parmi ces cibles ou tous ensemble ? Une campagne peut cibler de vastes secteurs du grand public, des

organisations pour les droits des femmes ou des publics spécifiques plus restreints, tels que les chefs de communautés, les législateur.trices, les professionnels de la santé, les enseignant.e.s, les jeunes, les hommes ou les parents. Les campagnes peuvent également être axées sur des formes spécifiques de violence ou sur des questions particulières autour du thème de la violence. Il est important de savoir qui l'on cible par des messages pendant une campagne, et pourquoi, et de créer des messages que ces personnes comprendront et auxquels elles s'identifieront.

Planifier et mettre en œuvre une campagne efficace

Considérations éthiques clés

Préparez-vous pour votre campagne en vous assurant d'avoir les ressources pour créer un espace sûr et confidentiel pour le signalement/la divulgation de la violence basée sur le genre. Dans de nombreux cas, la sensibilisation peut amener une femme ou une jeune fille à parler pour la première fois de l'abus vécu, et du counselling et des soins doivent être rapidement disponibles, conformément aux normes éthiques (ONU Femmes, 2021:4-5). Ainsi, les campagnes sur la violence à l'égard des femmes et des filles tendent à augmenter la demande de soutien direct, car les femmes peuvent se sentir encouragées à demander de l'aide (Ibid). Il est donc essentiel que les campagnes de sensibilisation à la violence basée sur le genre ne soient pas ponctuelles, mais qu'elles soient liées à des services destinés aux survivantes et aux autres membres de la communauté, et que ces services soient également disponibles après la campagne de sensibilisation (Jewkes. R, et al 2020 dans ONU Femmes 2021). Dans cette optique, il convient d'examiner les points suivants :

- Les personnes impliquées dans la campagne sont-elles formées pour orienter en toute sécurité les survivantes de la violence basée sur le genre ?
- Un système de référencement est-il en place dans les sites ciblés par la campagne de sensibilisation à la violence basée sur le genre ?

- Les prestataires de services de lutte contre la violence basée sur le genre ont-elles été consultées et impliquées dans la planification de la campagne ?
- Ont-elles la capacité d'accepter et de prendre en charge les nouveaux cas qui pourraient être renvoyés à la suite de la sensibilisation à la violence basée sur le genre ?
- Si votre campagne est en ligne, existe-t-il un moyen rapide, facile et évident pour une survivante d'accéder à un soutien en temps réel ou aux coordonnées d'un prestataire de services de lutte contre la violence basée sur le genre ?

Veillez à ce que ces informations soient simples, en gras, claires et accessibles.

Si votre campagne implique des interactions en face à face, prévoyez des espaces et/ou des canaux de discussion privés et réaffirmez la confidentialité des informations partagées. Si votre campagne se déroule en ligne, par exemple via les médias sociaux, assurez-vous de fournir des informations claires sur les services de réponse à la violence basée sur le genre accessibles, par exemple une ligne d'assistance téléphonique. Tenez toujours compte de la dynamique du personnel en fonction du genre et de l'âge et veillez à ce que les personnes chargées de traiter l'expérience de violence vécue partagée sachent comment faire remonter et référer les questions sensibles qu'elles reçoivent au cours des campagnes.

Comment la campagne de sensibilisation s'intègre-t-elle et s'aligne-t-elle sur une stratégie plus large de réponse à la violence basée sur le genre et de programmation de la prévention ?

Il est important de s'appuyer sur des données probantes et de se rappeler que:

Bien que les campagnes de sensibilisation à la violence basée sur le genre soient importantes pour accroître la prise de conscience, les études factuelles ont souligné qu'en elles-mêmes, elles n'apportent qu'une contribution limitée et qu'il est peu probable qu'elles préviennent la violence à l'égard des femmes et des filles. Il est donc préférable qu'ils soient intégrés dans un programme plus large et durable de prévention et de réponse à la violence basée sur le genre afin d'avoir un impact maximal.

Le rapport [What Works To Prevent Violence Against Women and Girls Rigorous Global Evidence Review of Interventions to Prevent Violence Against Women and Girls](#) (Ce qui marche pour prévenir la violence à l'égard des femmes et des filles), par exemple, a révélé que :

"Les campagnes de marketing social et les technologies ludo-éducatives et numériques, bien qu'elles puissent toucher un grand nombre de personnes, ne se sont pas révélées capables de modifier les comportements violents, bien qu'elles puissent sensibiliser aux problèmes et influencer les attitudes et la prise de décision. Elles sont plus susceptibles d'être utiles dans le cadre d'interventions à composantes multiples comprenant des éléments dont la conception et la mise en œuvre sont solides (voir Jewkes et al., 2020). [...] Certains domaines d'intervention et certaines approches de la conception et de la mise en œuvre des interventions ne fonctionnent pas en tant qu'approches autonomes de la prévention de la violence à l'égard des femmes et des filles. Les ressources destinées à la prévention de la violence à l'égard des femmes et des filles ne devraient pas être utilisées pour financer des campagnes de sensibilisation isolées [...]. Elles peuvent toutefois être envisagées dans le cadre d'approches à composantes multiples ».

Source : Kerr-Wilson, A. ; Gibbs, A. ; McAslan Fraser E. ; Ramsoomar, L. ; Parke, A. ; Khuwaja, HMA. ; and Jewkes, R. (2020)). Une analyse globale rigoureuse des interventions visant à prévenir la violence à l'égard des femmes et des filles, What Works to Prevent Violence Against Women and Girls Global Programme, Pretoria, Afrique du Sud. v, 13.

Les campagnes de sensibilisation à la violence basée sur le genre sont donc susceptibles d'avoir plus d'impact lorsqu'elles sont intégrées dans des programmes de prévention et d'intervention à plus long terme.

Consulter les femmes et les filles et les faire participer à la conception et à la mise en œuvre de la campagne, ainsi qu'au retour d'information sur celle-ci

Il est important d'inclure les femmes et les filles des communautés dès le début de votre campagne et de veiller à ce qu'elles participent au processus de prise de décision.

Demandez aux organisations des droits de femmes qui travaillent avec les femmes et les filles, aux activistes féministes de base, aux défenseuses des droits humains et aux partenaires de vous donner leur avis sur la campagne - leur participation peut vous aider à identifier des risques auxquels vous n'auriez peut-être pas pensé. N'oubliez pas qu'une campagne de sensibilisation peut avoir un impact à la fois négatif et positif sur les femmes et les jeunes filles.

Il est essentiel que vous consultiez de manière significative diverses femmes et filles de la/des communauté(s) cible(s) lors de la conception, de la mise en œuvre et du suivi de la campagne. Il s'agit de s'assurer que la campagne ne nuit pas, qu'elle est représentative des intérêts de la communauté, qu'elle est responsable et qu'il existe un mécanisme de retour d'information vers la population touchée, et de contrôler l'impact de la campagne.

Utiliser les canaux de communication préférés de la communauté

Communiquez avec elles par le biais de canaux qu'elles apprécient et auxquels elles font confiance (HCR, n.d.). Consultez les communautés pour comprendre pourquoi elles utilisent ou non une plateforme ou un mécanisme de communication. Plus il y a de canaux, moins il y a de risque de perte totale d'engagement avec une communauté : si l'accès à l'un d'entre eux n'est pas possible, il existe une autre option.

Quel est le message de la campagne et que voulez-vous que votre public sache ?

À la fin de la campagne, votre objectif est d'apporter un changement positif, comment y parviendrez-vous ? Quel message est accrocheur ? Par exemple, voulez-vous que votre public comprenne comment il peut soutenir les femmes et les filles ? Contribuer à mettre fin à la violence basée sur le genre, faire en sorte que les dirigeants rendent des comptes et soient responsables de l'élimination de la violence à l'égard des femmes et des filles ? Ou pour comprendre les causes et les effets de la violence basée sur le genre ? Veillez à ce que le message soit cohérent, clair et simple, afin que votre public cible puisse facilement s'y intéresser.

Messages courants transmis par les campagnes de sensibilisation des VBG

Les campagnes de sensibilisation essaient souvent d'améliorer la compréhension de ce qu'est une VBG, ses causes et ses conséquences et de fournir des données sur la fréquence à laquelle se produit, et, surtout, de conseiller des actions positives pour arrêter et prévenir les violences à l'égard des femmes et des filles. De ce fait, les spécialistes des VBG qui travaillent sur la conception des campagnes de prévention pourraient vouloir consulter des sources mondiales, nationales et locales crédibles et théoriquement fiables sur ces aspects.

Lorsque vous élaborerez votre plan de budget et d'attribution des ressources, réfléchissez aux questions suivantes :

- De quelles ressources avez-vous besoin ? Qui mènera la campagne ?
- Comment publierez-vous le message ? Utiliserez-vous des affiches, des émissions de radio ou de télévision ? De la musique, de la danse, des pièces de théâtre, ou d'autres méthodes ?
- Financement : combien coûtera la campagne ? Qui la finance ? Y a-t-il des sociétés locales ou internationales ou des mécènes qui peuvent donner des

ressources ou des matériaux pour le financement de la campagne ?

- Et concernant la langue commune ? N'oubliez pas que la langue est un dénominateur commun pour faire passer un message à votre public. Faut-il envisager le recours à des interprètes pour assurer une participation équitable ?
- Lors de la mise en œuvre de votre campagne de sensibilisation, pensez à l'heure, à l'audience et au site. C'est important pour la réussite de la campagne.

Par exemple, dans des camps de réfugiés en Ouganda, les activités en personne pendant la saison des pluies doivent commencer après 14 heures et les émissions radio doivent avoir lieu entre 19 h 30 et 20 h 30. Pendant la saison des pluies et les heures du matin, les réfugiés bêchent dans les champs. Entre 19 h 30 et 20 h 30, la plupart des familles se réunissent pour dîner en écoutant la radio ou de la musique pendant qu'elles mangent. Donc, si vous publiez vos messages à ces heures, vous aurez de très grandes chances d'attirer l'attention de votre public.

- Apprentissage/retour - lorsque vous organisez votre campagne de sensibilisation, demandez-vous ainsi qu'à toutes les personnes impliquées ce que vous voulez apprendre de cette campagne. À quoi ressemblerait une campagne réussie ? Comment mesurerez-vous le succès de votre campagne ? Ensuite mettez en place des activités, des mesures, et des indicateurs qui vous aideront à vérifier si vous avez atteint vos buts d'apprentissage et vos objectifs.

Surveillez la campagne à mesure que vous la mettez en œuvre

Il est important de surveiller votre campagne pendant que vous la mettez en œuvre afin de vous assurer qu'elle correspond avec vos programme et stratégie de campagne, que vous utilisiez vos ressources efficacement et pour vous assurer que vous **ne nuisiez pas**, c'est-à-dire surveiller les impacts et les conséquences imprévus comme une augmentation des réactions violentes contre les militantes qui

participent aux marches ou aux manifestations dans les rues. De plus, assurez-vous que vous mettez en place un plan et à exécution une surveillance de vos activités de campagne et de leurs résultats ainsi que des changements d'environnement qui peuvent accroître les risques pour les survivantes de violences basées sur leur genre.

Qu'a accompli la campagne ?

- **Évaluez** ce qui a fonctionné lorsque vous avez mis en œuvre votre campagne et ce qui pourrait être amélioré la prochaine fois et pourquoi **et tirez-en des leçons**. Documentez les leçons apprises pour le futur.
- **Rassembler les retours de votre audience cible**. Trouvez des manières adaptées de rassembler les retours de votre audience cible. Par exemple, si vous avez fait une émission radio, combien de personnes ont appelé pendant la séance ? Ceci sera un indicateur de la portée que votre message aura eue et de ses potentielles répercussions. La campagne a-t-elle fait l'objet de discussions après sa réalisation au sein de la communauté ? Le contenu des dialogues correspond-il à votre stratégie d'impact ? Vous pourriez réfléchir à l'utilisation d'astuces telles que des boîtes à idées ou demander au personnel d'obtenir des retours via des moyens anonymes selon votre contexte.
- **Rassembler les retours de la part des femmes et des filles**, concertez-vous avec les femmes et les filles, les communautés et les organisations pour les droits de la femme, les intervenants et les intervenantes humanitaires, et les activistes féministes pour trouver ce qui a fonctionné et ce qui pourrait être amélioré. Vous pouvez aussi créer une enquête numérique et l'envoyer aux personnes qui auraient accès à Internet pour avoir leurs retours sur la campagne, vous pouvez engager des discussions de groupes ciblées avec les femmes et les filles (séparées selon leur âge) pour obtenir leurs retours, vous pouvez aussi tenir des réunions d'évaluation avec les membres de la communauté pour recueillir leurs avis. Ce qui est important, c'est le choix d'une méthodologie qui convient le

mieux à votre population cible afin qu'elle donne ses impressions.

- Que votre campagne soit une réussite ou non, il est important que **vous partagiez les leçons que vous avez apprises**. Ainsi, elles pourront servir de base la prochaine fois. Si votre campagne a été un succès, réfléchissez à la manière dont vous pourriez la reproduire ou augmenter son échelle, par le biais d'alliances ou de partenariats.

Lectures supplémentaires et ressources

Center for Women's Global Leadership. *campagne de 16 jours*.

Conseil de l'Europe (2021). *Directives pour sensibiliser sur la violence contre les femmes et sur les violences domestiques*.

Domaine de responsabilité VBG, 2019. [Manuel pour la coordination de la lutte contre les violences basées sur le genre dans les situations d'urgence](#).

Domaine de responsabilité VBG, 2019. [Les normes minimales interorganisations pour la programmation d'actions de lutte contre la violence basée sur le genre dans les situations d'urgence](#).

IRC & IMC (2019). [Espaces sûrs pour les femmes et les filles : Une boîte à outils pour faire progresser l'autonomisation des femmes et des filles dans les contextes humanitaires](#).

IASC (2015). *Directives pour l'intégration d'interventions ciblant la violence basée sur le genre dans l'action humanitaire pour réduire les risques : promotion de la résilience et aide au rétablissement*.

Kerr-Wilson, A. ; Gibbs, A. ; McAslan Fraser E. ; Ramsoomar, L. ; Parke, A. ; Khuwaja, HMA. ; and Jewkes, R. (2020). [Une analyse rigoureuse mondiale des données probantes sur les interventions pour prévenir les violences à l'égard des femmes et des filles](#), Programme sur ce qui fonctionne pour prévenir les violences à l'égard des femmes et des filles, Pretoria, Afrique du Sud.

[Nia Project \(n.d.\). Reprendre possession de la nuit](#).

OCHA (2011). [Boîte à outils pour sensibiliser aux VBG](#)

ONU Femmes (2021). [Campagnes pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes et des filles](#).

ONU Femmes Asie du Pacifique et prévention collaborative (2021). [Résumé : Sensibiliser pour prévenir les violences à l'égard des femmes et des filles](#)

[Prévention et intervention du HCR contre les violences sexuelles et basées sur le genre \(VSBG\)](#), 2022, 4^e édition.

Le centre d'assistance du domaine de responsabilité VBG

Vous pouvez contacter le centre d'assistance du domaine de responsabilité de la violence basée sur le genre en nous envoyant un e-mail à l'adresse suivante :

enquiries@gbviehelpdesk.org.uk

Le centre d'assistance est disponible de 09 h 00 à 17 h 30 GMT du lundi au vendredi.

Nos services sont gratuits et confidentiels.